

GUÍA PARA PRESTADORES TURÍSTICOS · FIT 2026

Cómo hacer que la IA *recomiende tu negocio*

El viajero ya no compara diez opciones: le pregunta a ChatGPT, a Gemini o a Google y recibe dos o tres nombres. Esta guía explica de dónde salen esos nombres, cómo probar hoy mismo si el tuyo está, y qué cuesta quedar afuera.

10 minutos

de lectura, con una prueba para hacer en el momento.

1 método

de 6 pasos y 30 puntos, con un score de 0 a 100.

1 cuenta

para poner en números lo que cuesta no aparecer.

Una pareja planifica tres días en la Patagonia. No abre diez pestañas: abre una y escribe.

"Vamos tres días a la Patagonia en febrero. ¿Dónde nos alojamos, dónde cenamos una noche especial y qué excursión hacemos?"

RESPUESTA DE LA IA

- 1 alojamiento
- 2 restaurante
- 3 excursión

¿Está tu negocio en esta respuesta?

Antes

Google mostraba diez resultados y el viajero elegía. La pelea era por entrar entre los primeros.

Hoy

La IA elige por él y devuelve dos o tres nombres. O estás en esa respuesta, o no existís para ese viajero.

69%

de los viajeros argentinos ya usó IA en algún aspecto de sus viajes

Booking.com · 1.012 encuestados en Argentina · abril-mayo 2025

88%

de los turistas usa Google Maps para moverse por la Ciudad de Buenos Aires

Ente de Turismo de la Ciudad · Observatorio Turístico, encuesta sobre apps para moverse en CABA

Lo importante. Esa recomendación no la inventa la IA: la arma leyendo fichas de Google, reseñas y sitios web. Y Google lo dice con todas las letras: "los negocios con información completa y precisa tienen más probabilidades de aparecer en los resultados de búsqueda locales".

No hay una sola inteligencia artificial ni un solo índice detrás. Cada asistente arma la respuesta con sus propias fuentes y con sus propios rastreadores. Esto es lo que dice la documentación oficial de cada uno, a septiembre de 2026 —y cambia seguido.

Asistente	Qué dice su documentación oficial	Qué hacer con eso
ChatGPT OpenAI	Su rastreador OAI-SearchBot “se usa para mostrar sitios en los resultados de búsqueda de ChatGPT”. Los sitios que lo bloquean “no aparecerán en las respuestas de búsqueda de ChatGPT”.	Revisar que tu sitio no esté bloqueando ese rastreador.
Google respuestas con IA y AI Mode	“No hay requisitos adicionales para aparecer”: hay que estar indexado y ser apto para mostrarse con fragmento. Y recomienda que “el contenido importante esté disponible en formato texto”.	Nada esotérico: sitio indexado, ficha completa y la información escrita.
Copilot Microsoft	Bing Webmaster Tools tiene un panel, AI Performance, que “muestra cómo aparece el contenido de los editores en Microsoft Copilot, en los resúmenes generados por IA de Bing y en ciertas integraciones asociadas”.	Verificar el sitio en Bing Webmaster Tools: es la única forma de ver si Copilot te cita.
Claude Anthropic	Su rastreador Claude-SearchBot “recorre la web para mejorar la calidad de los resultados de búsqueda” y es el que indexa el contenido; Claude-User visita páginas cuando alguien pregunta.	Igual que las otras: si tu sitio lo bloquea, tu contenido no se indexa para esas búsquedas.
Perplexity	PerplexityBot “está diseñado para mostrar y enlazar sitios en los resultados de búsqueda de Perplexity”, y no se usa para entrenar modelos.	Mismo criterio: dejarlo pasar y tener páginas claras que se puedan citar.

Lo que se repite en las cinco

Que el sitio deje pasar a sus rastreadores y que la información importante esté escrita. Ninguna pide un archivo raro ni un truco: piden lo mismo que pide Google para la búsqueda de siempre.

Y una que casi nadie mira

Bing. Su herramienta para dueños de sitios es gratuita, y Bing Places —también gratis— permite importar la ficha desde Google y aparecer en Bing y en Bing Maps.

Dato para la reunión. Hacer la misma pregunta en dos asistentes distintos suele dar dos listas distintas. Si aparecés en Google pero no en ChatGPT, muchas veces el problema no es tu ficha: es que tu sitio bloquea al rastreador del otro.

1

Tu ficha de Google

Categorías, servicios, horarios, atributos, fotos y descripción. Es la fuente principal y la que más rápido se corrige.

2

Tus reseñas

Lo que escriben los huéspedes y lo que respondés vos. De ahí salen las frases con las que la IA te describe.

3

Tu sitio web

Precios, disponibilidad, preguntas frecuentes y el código que declara qué sos y dónde estás.

¿La IA no lee imágenes? Sí las lee. La documentación de Gemini describe cómo el modelo analiza imágenes, y Google explica que para entender una foto usa “el texto alternativo junto con algoritmos de visión por computadora y el contenido de la página”. Pero una cosa es mirar una foto y otra es usar ese dato para recomendarte: por eso Google recomienda que “el contenido importante esté disponible en formato texto”. Regla práctica: si querés que la IA lo use, escribilo.

Lo que no llega a la respuesta

- La carta o las tarifas publicadas como imagen
- Las promociones que solo van por historias y a las 24 horas desaparecen
- El menú o la ficha técnica en PDF escaneado
- Los servicios que solo contás por WhatsApp cuando te preguntan

Lo que sí lee y casi nadie completa

- La descripción del negocio en la ficha
- Los servicios y habitaciones cargados con precio
- Los atributos: pet friendly, accesible, estacionamiento
- Las respuestas a las reseñas

Por eso pasa lo que pasa. El negocio que aparece recomendado no suele ser el mejor del destino: es el que está mejor explicado en los lugares donde la IA lee.

Abrí ChatGPT, Gemini, Claude o la búsqueda de Google y escribí estas tres preguntas, completando lo que está entre corchetes. En las dos primeras no pongas el nombre de tu negocio: preguntá como pregunta un viajero que todavía no te conoce.

1

LA BÁSICA

“¿Dónde me conviene [alojarme / comer / hacer una excursión] en [tu ciudad o zona]?”

2

LA QUE SE PARECE A UN VIAJERO REAL

“Viajo a [tu ciudad] en [mes] con [mi pareja / mi familia / amigos]. Busco [lo que ofrecés: una cabaña pet friendly, una parrilla de autor, una excursión de día completo]. ¿Qué me recomendás y por qué?”

3

LA QUE MUESTRA CÓMO TE VE

“¿Qué sabés de [nombre de tu negocio], en [tu ciudad]? ¿Qué servicios tiene, cómo se reserva y qué dicen las opiniones?”

Cómo leer lo que te contesta

NO APARECÉS

La IA no tiene con qué nombrarte. Casi siempre es falta de información legible, no de calidad.

APARECÉS, PERO MAL

Te nombra con datos viejos, horarios equivocados o servicios que ya no das. Eso también se corrige.

APARECÉS BIEN

Te describe como sos y explica cómo reservar. Ahí el trabajo es sostenerlo y ganar terreno.

Anotá quién sí apareció. Esos son tus competidores reales en la IA, que muchas veces no son los que creías. Llevá esa lista a la reunión: es el mejor punto de partida para el diagnóstico.

EL MÉTODO

Ser Pro en el Mapa

No es una lista de buenas prácticas sueltas: es una secuencia, porque cada paso apoya al siguiente. De nada sirve trabajar las reseñas si la ficha todavía no está verificada.

P**Perfil**

Tu ficha impecable y verificada.

R**Reputación**

Reseñas que la IA lee.

O**Optimización**

Tu info en texto, no solo en fotos.

M**Multicanal**

Estar donde la IA busca.

A**Autoridad**

Que otros hablen de vos.

P**Performance**

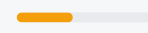
Convertir y medir.

**37,0**

/100 puntos aplicables

Zona crítica**P1 · Identidad y señales**

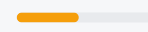
25%

**40**

Una sola ficha, verificada, con tus datos iguales en todos lados.

P2 · Conversión directa

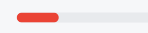
30%

**45**

Que se pueda consultar y reservar sin salir de la ficha. Acá se define si la consulta llega a vos o a la plataforma que cobra comisión.

P3 · Optimización para IA

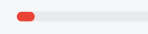
20%

**30**

Que tu información esté en texto y que el sitio declare qué sos y dónde estás.

P4 · Reputación

15%

**13**

Nota, cantidad, ritmo de reseñas nuevas y cómo las respondés.

P5 · Activos visuales

10%

**60**

Fotos propias y actualizadas, y video nativo en la ficha.

0 A 33 · ZONA CRÍTICA**34 A 66 · EN DESARROLLO****67 A 100 · ZONA ÓPTIMA**

El mismo criterio para una cabaña y para un hotel de cadena. Los ítems que no aplican a tu rubro se excluyen del cálculo, así que el tamaño del negocio no te deja en desventaja. Y como es una grilla y no una opinión, el mismo score medido tres meses después muestra cuánto se movió.

No hace falta adivinar. Alcanza con una cuenta simple: cuántas consultas por semana terminan en otro negocio, por lo que deja cada una.

Ticket promedio × consultas perdidas por semana × 52 = lo que se va en un año

Si tenés...	Ticket promedio	Consultas perdidas por semana	En un año
Cabañas u hostería dos noches	USD 140	2	USD 14.560
Hotel boutique dos noches	USD 200	2	USD 20.800
Restaurante mesa para dos	USD 60	5	USD 15.600
Excursiones dos personas	USD 90	3	USD 14.040
Agencia de viajes paquete	USD 400	1	USD 20.800

HERRAMIENTA



Hacé la cuenta con tus números

Escaneá el código o tocá el botón. Poné tu ticket promedio y cuántas consultas creés que se te escapan por semana. La calculadora te devuelve el número por mes y por año, en pesos o en dólares. No pide datos ni guarda nada.

Calcular cuánto estoy perdiendo →

miniscore-promap-fit.netlify.app/calculadora.html

Dos aclaraciones honestas. Es una estimación para dimensionar, no una proyección de ventas. Y si vendés por plataformas, sumá aparte la comisión: la consulta que llega directo es la única que entra completa.

- 1 Tu ficha de Google está verificada y la administrás vos**

Si no sabés quién la administra, ese es el primer punto a resolver.

Sí · No
- 2 Publicaste algo en la ficha en los últimos 30 días**

Google pide mantener la información al día: un perfil desactualizado puede dejar de aparecer.

Sí · No
- 3 Recibiste al menos dos reseñas nuevas el último mes y las respondiste todas**

El ritmo pesa más que el total acumulado.

Sí · No
- 4 Tu nota y tu cantidad de opiniones están a la altura de tus competidores directos**

Google dice que “más reseñas y valoraciones positivas pueden ayudar al posicionamiento local”.

Sí · No
- 5 Tenés botón de WhatsApp con mensaje ya escrito, o reservas, en la ficha**

El camino más corto entre ver tu ficha y escribirte.

Sí · No
- 6 Tu descripción explica qué ofrecés, para quién y dónde, en frases completas**

Nada de “calidad y excelencia”: eso no le dice nada a la IA.

Sí · No
- 7 Subiste fotos nuevas en los últimos 30 días, incluyendo exterior y equipo**

Para Google, fotos y videos “muestran lo que ofrecés y cuentan la historia del negocio”.

Sí · No

0 a 2 sí

ZONA CRÍTICA

Tu negocio es casi invisible para la IA. La buena noticia: cualquier corrección se nota rápido porque partís de muy abajo.

3 a 5 sí

EN DESARROLLO

La base está. Falta lo que convierte —contacto y reservas— y lo que la IA necesita leer para recomendarte.

6 o 7 sí

ZONA ÓPTIMA

Estás haciendo casi todo bien. Acá la diferencia se juega en los detalles y en sostener el ritmo.

Este test mira 7 cosas; el método mide 30. El Mini Score del stand te da el número sobre 100 en tres preguntas, y el diagnóstico completo revisa los 30 puntos uno por uno.

1 Auditoría de tu ficha con los 30 puntos

Ítem por ítem, con el score sobre 100, el desglose por pilar y lo que está bien marcado como tal.

2 Prueba de recomendación documentada

Qué responden hoy ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude y Google sobre tu destino y tu rubro, y quién aparece en tu lugar.

3 Plan de acción ordenado por impacto

Qué hacer primero, qué después y qué no vale la pena, separado por responsable: vos, tu equipo o tu desarrollador.

4 Textos listos para copiar y pegar

Descripción, categorías, atributos y respuestas a reseñas con el formato que la IA lee.

5 Datos estructurados para tu sitio

El bloque que declara qué sos, dónde estás y cómo se reserva. Google aclara que no hace falta para sus respuestas con IA; sirve para los resultados enriquecidos y para que tu negocio quede identificado como entidad.

6 Segunda medición a los 30 días

El mismo score, medido de nuevo. Es la prueba de que el trabajo se hizo y cuánto movió.

1

Reunión de 30 minutos

Miramos tu ficha en pantalla y te digo qué veo, sin vueltas.

2

Diagnóstico

El informe con el score, la prueba en las IAs y el plan.

3

Implementación acompañada

Lo ejecuta tu equipo con el plan en la mano; yo reviso y mido.

Un principio de trabajo: si algo no tiene retorno claro, te lo digo. El informe no se infla con recomendaciones de bajo impacto, y lo que no se puede verificar se declara como pendiente en lugar de afirmarlo.

**PRÓXIMO PASO**

Quiero saber *cómo me ven las IAs*

El código abre WhatsApp con el mensaje ya escrito. Coordinamos una reunión de 30 minutos, miramos tu ficha juntos y te muestro qué responden hoy las IAs sobre tu negocio.

Escribime por WhatsApp · wa.me/5491123255950 →

Llévate esto de la guía, aunque no hagas nada más

- Hacé las tres preguntas de la página 5 y anotá quién aparece en tu lugar.
- Entrá a tu ficha y completá la descripción con frases completas: es gratis y se hace en veinte minutos.
- Respondé las reseñas de los últimos seis meses nombrando el servicio y la ciudad.

Sebastian Tundis

CONSULTOR SEO / GEO · MÉTODO PROMAP

[@metodopromap](#) · linkedin.com/in/sebtundis · WhatsApp +54 9 11 2325 5950

FUENTES OFICIALES DE LOS DATOS DE ESTA GUÍA

[Google · Mejorar el posicionamiento local](#) [Ente de Turismo de la Ciudad · Observatorio Turístico](#)
[Google · Funciones de IA en la Búsqueda](#) [Google · Imágenes y texto alternativo](#) [Google · Análisis de imágenes con Gemini](#)
[OpenAI · Rastreadores](#) [Microsoft · AI Performance en Bing Webmaster Tools](#) [Microsoft · Bing Places](#) [Perplexity · Rastreadores](#)
[Anthropic · Rastreadores de Claude](#) [Booking.com · Informe de IA y viajes 2025](#)