

SEO para clínicas dentales: Uvana explica cómo elegir la mejor agencia de marketing dental para captar más pacientes

Tus Medios | 29/09/2026

Elegir agencia se ha convertido en una de las decisiones más determinantes para una clínica dental. La mayoría de los pacientes busca dentista en Google o en Google Maps antes de pedir cita, y aparecer o no en los primeros resultados se traduce directamente en primeras visitas. Aun así, muchas clínicas contratan servicios de marketing sin saber qué medir ni qué exigir. Para ayudarles a acertar, Uvana, agencia de SEO para clínicas dentales con sede en Barcelona, ha definido los criterios que separan una inversión rentable de un gasto sin retorno.

Un sector donde la competencia ya es digital

La odontología es uno de los sectores sanitarios con mayor presión comercial. La concentración de clínicas en zonas urbanas y la llegada de grandes cadenas con presupuestos publicitarios elevados han llevado buena parte de la competencia a Google. En este contexto, el marketing para clínicas dentales ha dejado de ser un complemento para convertirse en el principal canal de captación de pacientes.

"El problema no suele ser la falta de inversión, sino que la clínica no sabe qué pedir ni cómo comprobar si está funcionando", explica Javier Santamaría, fundador de Uvana. "Una agencia de marketing para clínicas dentales tiene que poder explicar en cada informe cuántos pacientes han llegado y desde dónde".

SEO local para clínicas dentales: la batalla se gana en el barrio

A diferencia de un negocio que vende en toda España, una clínica capta pacientes en un radio de pocos kilómetros. Por eso, el SEO local para clínicas dentales es, según Uvana, la palanca más rentable: una ficha de Google Business completa, fotos actualizadas, reseñas bien gestionadas y presencia en el mapa de resultados suelen tener un impacto más rápido y medible que cualquier otra acción.

"Muchas clínicas tienen la ficha de Google incompleta y sin responder reseñas. Es su escaparate principal y lo tienen descuidado", apunta Santamaría. La combinación de esa visibilidad local con un posicionamiento web para clínicas dentales sostenido en el tiempo es lo que, para el equipo de Uvana, convierte la captación en un canal previsible y no en una sucesión de campañas puntuales.

Cinco preguntas antes de contratar una agencia SEO para clínicas dentales

La agencia propone que cualquier clínica se haga cinco preguntas antes de firmar con un proveedor:

Especialización. ¿Trabaja habitualmente con clínicas dentales o el sector sanitario es solo una línea más en una cartera generalista? El SEO para clínicas dentales exige conocer tanto el buscador como el comportamiento del paciente.

Métricas. ¿Qué se va a medir, con qué frecuencia y si los informes hablan de pacientes y solicitudes de cita o solo de visitas e impresiones?

Propiedad de los activos. El dominio, la web y las cuentas de Google Ads, Google Business Profile y analítica deben estar a nombre de la clínica.

Combinación de canales. ¿Qué aporta la publicidad de pago frente al posicionamiento orgánico y en qué plazos? Concentrar todo el presupuesto en una sola vía genera dependencia.

Resultados garantizados. Si una agencia promete posiciones concretas, conviene desconfiar: nadie controla el algoritmo de Google.

"La mejor agencia para clínicas dentales no es la que promete el primer puesto en un mes, sino la que construye un canal de captación estable y enseña los números cada mes", afirma Javier Santamaría, fundador de Uvana.

El marketing dental como activo a largo plazo

La conclusión de Uvana es que el marketing dental funciona mejor cuando se entiende como un activo propio: una web rápida y orientada a la cita, contenidos que resuelvan las dudas reales del paciente, una ficha local bien trabajada y campañas de pago como complemento, no como única fuente de pacientes.

Con este enfoque, el equipo de Uvana trabaja con clínicas de distintas comunidades autónomas y ha hecho del SEO y el marketing para clínicas dentales su especialidad principal, frente al modelo de agencia generalista.

Sobre Uvana

Uvana es una agencia de marketing digital con sede en Barcelona especializada en SEO para clínicas dentales, con clientes en toda España. Su oferta incluye SEO para clínicas dentales, SEO local, Google Ads, diseño web, redes sociales, branding y estrategia de marketing dental, con estrategias basadas en datos e informes mensuales de resultados. Se ha consolidado como una de las agencias de referencia en marketing para clínicas dentales en España.

Autor: Redacció