

## GUÍA PRÁCTICA PARA DIRECTORIOS

# Backlinks: qué son y cómo trabajarlos bien

Cómo elegir dónde publicar tu startup, preparar una ficha reutilizable y cuidar la información que compartes.

**UNA PÁGINA QUE TE MENCIONA**

Un directorio publica tu ficha y enlaza a tu web.

El enlace funciona para quien lo ve y puede llevar una visita interesada.

**TU SITIO**

AI Community Manager  
[ai-communitymanager.com](https://ai-communitymanager.com)

La persona llega a una página que explica el producto.

**La idea en una frase**

Un backlink es un enlace en otro sitio web que apunta al tuyo. Wikipedia en español usa el término retroenlace para describir este vínculo entre sitios.<sup>1</sup>

La meta no es acumular enlaces. Es aparecer en lugares relevantes donde una persona pueda entender qué haces y decidir si quiere conocer más.

01 / ENTENDER EL ENLACE

# Un enlace puede traer visitas. Su valor depende del contexto.

Un backlink une dos páginas. Si alguien lo sigue, llega a tu sitio; y los buscadores pueden usar enlaces para descubrir páginas y entender su relación con otros contenidos.<sup>2</sup> Eso no convierte cada enlace en una mejora automática de posiciones.

### Visitas de referencia

Alguien encuentra tu producto en un directorio y entra para conocerlo. Esta utilidad existe aunque el enlace no cambie tu posición en buscadores.

### Descubrimiento

Un enlace rastreable puede ayudar a los buscadores a encontrar una URL. Que la descubran no garantiza que la indexen ni que la muestren.

## Qué revisar en el enlace

- Relevancia: el directorio y su audiencia tienen relación con startups, software, IA o el mercado al que sirve el producto.
- Contexto: la ficha explica el producto y el enlace aparece junto a esa información, no escondido en una lista sin sentido.
- Acceso: la página del perfil se puede abrir públicamente y el enlace lleva a la URL correcta.
- Expectativa: una persona que haga clic encuentra en la web una explicación coherente con lo que leyó.

## Etiquetas que puedes encontrar

| Etiqueta              | Qué indica                                                                 | Cómo leerla                                                     |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Sin etiqueta especial | Enlace editorial o estándar.                                               | No es garantía de tráfico ni de posicionamiento.                |
| nofollow              | El sitio pide que el buscador no lo trate como una recomendación estándar. | La ficha aún puede generar visitas y dar visibilidad.           |
| sponsored             | Señala una relación pagada o patrocinada.                                  | Si pagas, revisa que el enlace se identifique como patrocinado. |
| ugc                   | Identifica enlaces dentro de contenido aportado por usuarios.              | Puede aparecer en comunidades o perfiles creados por usuarios.  |

No pidas que cada directorio prometa un enlace “dofollow”. Evalúa la ficha por su utilidad total: audiencia, contexto, reputación y datos que solicita.

## 02 / ELEGIR CON CRITERIO

# Antes de llenar el formulario, revisa el sitio.

La lista de directorios sirve para descubrir candidatos. Cada plataforma puede cambiar sus reglas, cobrar por ciertas opciones o dejar de aceptar fichas. Comprueba la página de envío antes de compartir datos.

## Cinco preguntas rápidas

1

**¿Tiene sentido para nuestra audiencia?**

Busca categorías de startups, software, IA, marketing o empresas B2B. Si no sabes quién visita el sitio, el encaje puede ser bajo.

2

**¿La ficha aporta algo a una persona?**

Mira si muestra productos de verdad, ofrece búsqueda o categorías útiles y explica qué recibe quien publica.

3

**¿La página y el precio son claros?**

Confirma qué incluye el plan gratuito, qué es opcional, cuánto cuesta una función destacada y si hay renovación.

4

**¿Qué información quedará pública?**

Lee el formulario y la política de privacidad. Distingue los datos visibles en la ficha de los que pide la cuenta.

5

**¿El enlace corresponde al perfil?**

Abre ejemplos publicados. Revisa que tengan URL, nombre del producto, descripción y categorías coherentes.

**Buena señal**

El sitio mantiene fichas útiles, tiene categorías relacionadas, muestra sus precios y deja claro cómo corregir o retirar un perfil.

**Pausa o descarta**

Promete posiciones garantizadas, exige intercambiar enlaces, oculta el costo, pide credenciales de tus redes o publica fichas automáticas sin revisión.

**Cantidad no es calidad**

Google incluye los enlaces de directorios de baja calidad entre los ejemplos de spam de enlaces cuando se usan para manipular resultados. Prioriza pocos sitios bien elegidos y evita el envío automático masivo.<sup>3</sup>

## 03 / PREPARAR LA FICHA

# Ten la información lista. Mantén las cuentas protegidas.

Usa el mismo nombre, descripción y URL en cada envío. Así reduces errores y puedes actualizar los perfiles sin inventar una versión distinta cada vez.

**Correo dedicado**

Crea un alias como backlinks@ai-communitymanager.com si controlas ese dominio. Si no, usa una cuenta separada solo para registros y avisos de directorios. Activa MFA y guarda cada contraseña única en un gestor.

**Datos públicos razonables**

Nombre de marca, URL pública, descripción, categoría, logo, capturas del producto, país o mercado y un correo de contacto que aceptes mostrar públicamente.

## Ficha reutilizable para AI Community Manager

|                          |                                                                                                                                                                     |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre</b>            | AI Community Manager                                                                                                                                                |
| <b>Web en español</b>    | <a href="https://ai-communitymanager.com/es">https://ai-communitymanager.com/es</a>                                                                                 |
| <b>Web en inglés</b>     | <a href="https://ai-communitymanager.com/en">https://ai-communitymanager.com/en</a>                                                                                 |
| <b>Categorías</b>        | Inteligencia artificial · software · redes sociales · marketing · SaaS                                                                                              |
| <b>Descripción breve</b> | Operador de IA self hosted para Instagram, TikTok y LinkedIn. Encuentra conversaciones relevantes y prepara interacciones según las reglas que configure el equipo. |

## Comparte solo lo que hace falta

**Puede ir en una ficha pública**

Descripción aprobada, logo, screenshots sin datos de clientes, perfiles sociales oficiales y un medio público de contacto.

**No lo pongas en un formulario**

Contraseñas, códigos de acceso, tokens, datos de clientes, documentos de identidad, dirección de casa, teléfono privado o acceso a Analytics y redes.

Si un formulario pide dirección personal, identificación o un dato que no parece necesario, detente. Busca si acepta datos de empresa, deja el campo vacío o consulta al directorio. No adjuntes una base de clientes para crear una ficha.

04 / ENVIAR Y DAR SEGUIMIENTO

# Un proceso corto que deja rastro.

Trabaja por tandas pequeñas. Registra qué enviaste y qué ocurrió; así sabrás qué directorios sí merecieron el tiempo.

- 1

**Elige pocos candidatos**  
Empieza por cinco sitios que encajen con el producto y el público. Abre la página oficial de envío; no confíes solo en el nombre o en una métrica de terceros.
- 2

**Prepara el destino**  
Usa /es en un directorio en español y /en en uno en inglés. Confirma que la página cargue y que explique la misma oferta que la ficha.
- 3

**Completa la ficha con calma**  
Pega el texto aprobado, usa categorías verdaderas y un logo legible. Revisa cómo se verá el nombre y el enlace antes de enviar.
- 4

**Guarda el resultado**  
Anota fecha, costo, estado, URL publicada, correo usado y cualquier requisito. Guarda la contraseña en el gestor, nunca en la hoja.
- 5

**Comprueba y mide**  
Cuando se publique, prueba el enlace y revisa que el perfil no muestre datos no deseados. Mide visitas de referencia y contactos; las posiciones no cuentan toda la utilidad.

## Columnas para una hoja de seguimiento

|            |        |       |       |        |               |                 |
|------------|--------|-------|-------|--------|---------------|-----------------|
| Directorio | Encaje | Costo | Fecha | Estado | URL publicada | Visitas / notas |
|------------|--------|-------|-------|--------|---------------|-----------------|

**Regla de texto ancla**  
Si puedes elegir cómo aparece el enlace, usa el nombre de marca o una frase breve que describa el destino. Evita repetir la misma frase llena de palabras clave. Google recomienda que el texto del enlace sea descriptivo, breve y natural.<sup>2</sup>

## Referencias

<sup>1</sup> Wikipedia en español, “[Retroenlace](#)”. Referencia introductoria para la definición. El artículo muestra avisos de referencias pendientes; no se usa como autoridad sobre prácticas SEO.

<sup>2</sup> Google Search Central, “[Link best practices for Google](#)”. Rastreo de enlaces y texto ancla.

<sup>3</sup> Google Search Central, “[Políticas de spam de la Búsqueda web](#)”. Ejemplos de spam de enlaces y directorios de baja calidad.

Fuentes consultadas el 6 de octubre de 2026. Las condiciones de cada directorio pueden cambiar; confirma sus requisitos antes de enviar.