



# Guía Básica Google My Business



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL  
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE DIGITALIZACIÓN  
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia

# Índice

---

# 1. Introducción

## 2. Crear ficha de empresa de Google

**2.1 Como empezar la ficha de empresa de Google**

**2.2 Ubicación**

**2.3 Información de contacto**

## 3. Optimización ficha de empresa de Google

**3.1 Editar perfil**

**3.2 Reseñas**

**3.3 Fotos**

**3.4 Rendimiento**

**3.5 Editar productos**

**3.6 Editar servicios**

**3.7 Novedades**



# Introducción

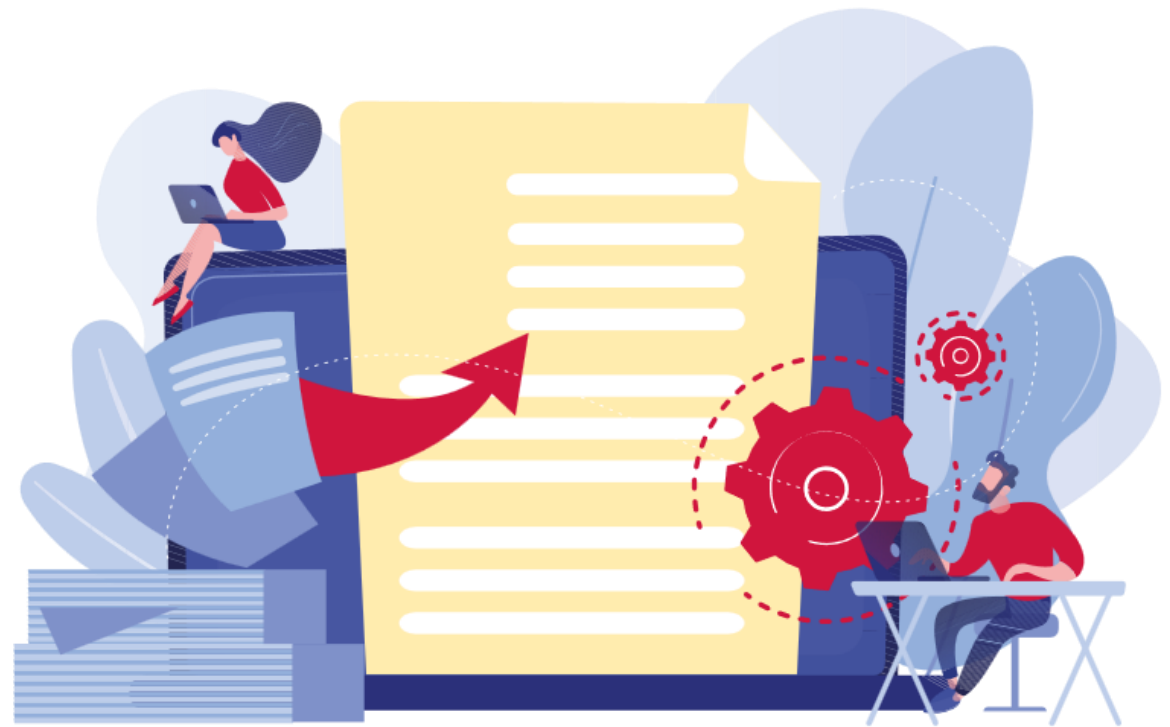
---

# Google My Business

**Google My Business** es una herramienta gratuita y fácil de usar para que empresas y organizaciones puedan gestionar su presencia online mediante los productos de Google, incluyendo Búsqueda y Maps.

Algunas de las principales **características** y beneficios de la ficha de empresa de Google:

- Perfil de empresa
- Mapa de Google
- Reseñas de clientes
- Fotos y vídeos
- Publicaciones y actualizaciones
- Estadísticas e informes
- Anuncios
- Productos y servicios
- Preguntas y respuestas

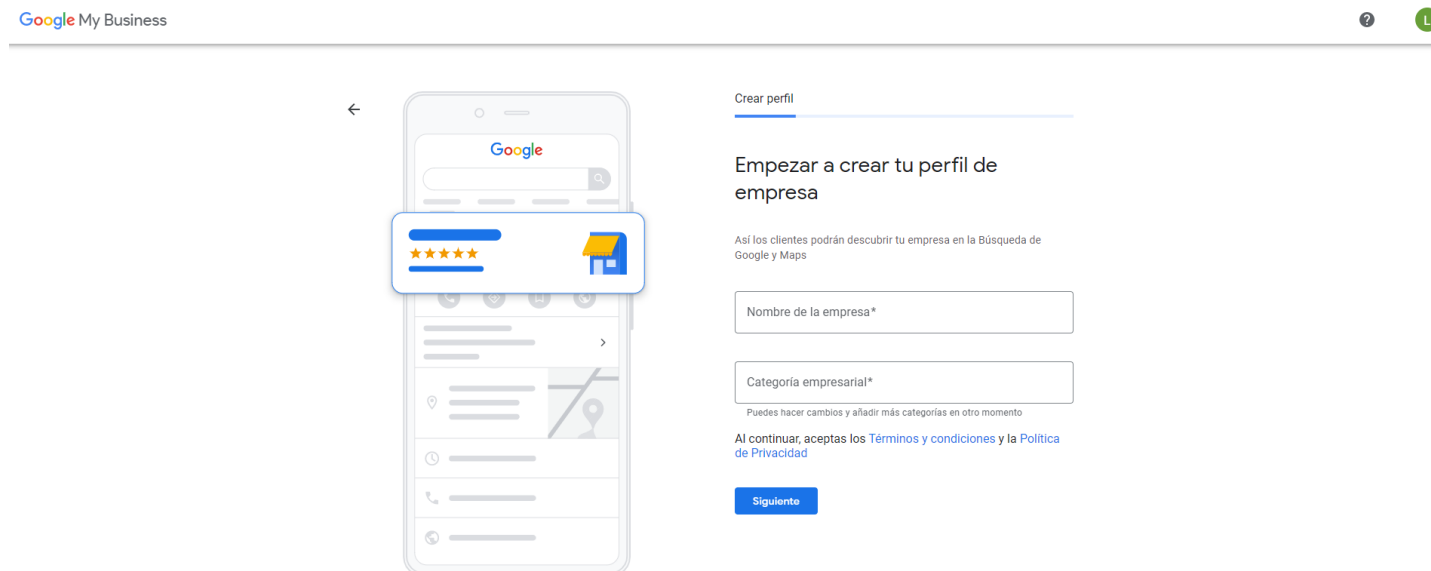


# Crear ficha de empresa de Google

---

# Como empezar la ficha de empresa de Google

1. Para anunciar tu negocio en Google My Business, el primer paso será acceder al siguiente enlace: [https://www.google.com/intl/es\\_es/business/](https://www.google.com/intl/es_es/business/)
2. Una vez te encuentres en la página, deberás de iniciar sesión con la cuenta de Google que quieras utilizar para vincularla a Google My Business. Con la sesión iniciada haz clic en "Gestionar ahora".
3. El siguiente paso será buscar tu negocio, en el caso de que no tengas un sitio web podrás seleccionar "Añade tu empresa a Google" para crear un directorio local y que de esta manera tenga visibilidad en la red.
4. En la creación de empresa, es importante poner el **nombre de empresa** y la **categoría empresarial adecuada**.

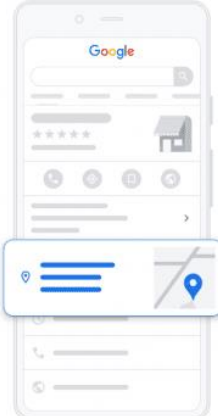


# Ubicación

Incluye los datos de la ubicación del local de la empresa y este lo marcará en Maps.

Google My Business

←



Crear perfil

¿Quieres añadir una ubicación a la que los clientes puedan ir, como una tienda o una oficina?

Esta ubicación aparecerá en Google Maps y en la Búsqueda cuando los clientes busquen tu empresa.

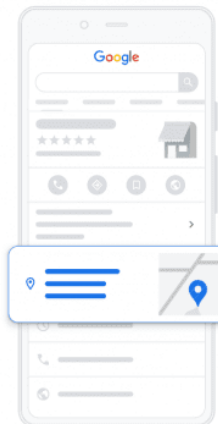
Sí

No

Siguiente

Google My Business

←



Crear perfil

¿Cuál es la dirección?

España

Dirección postal

Código postal

Ciudad

Provincia

Siguiente




# Información de contacto

Google My Business

Crear perfil

¿Qué información de contacto quieres mostrar a los clientes?

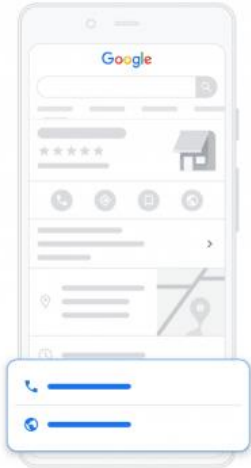
Ayuda a los clientes a ponerse en contacto contigo incluyendo esta información en tu perfil de empresa



No necesito un sitio web

Obtener gratuitamente un sitio web de la empresa a partir de tu información [Ver detalles](#)

[Siguiente](#)



# Optimización de la ficha de empresa de Google

---

# Optimización de la ficha de Google My Business

De esta manera tendrás tu negocio registrado en Google My Business sin necesidad de tener una página web, aunque es muy conveniente desarrollarla para poder tener mayor probabilidad de captación de clientes y potenciar las ventas.

Una vez hayas realizado los pasos previos de registro, encontrarás el panel de control de Google My Business desde el que podrás realizar diferentes configuraciones:

The image shows a composite of two screenshots from the Google My Business interface. The left screenshot displays the 'Tu empresa en Google' dashboard, which includes a grid of action buttons such as 'Editar perfil', 'Leer reseñas', 'Mensajes', 'Fotos', 'Rendimiento', and 'Anunciarse'. Below this grid are three main task cards: 'Completa tu perfil', 'Consigue un correo a tu...', and 'Añade una foto exterior'. The right screenshot shows the business profile for 'Wandae Marketing', featuring a map, a 'Añadir fotos' button, and detailed business information including a 5.0 star rating from 13 reviews, address (C. Salado, 6B, Bajo A, 41011 Sevilla), phone number (644 64 77 62), and hours (closed until 18:00, opens at 8:30 on Mondays).

**Tu empresa en Google**  
11, 328 interacciones con clientes

Seguridad del perfil Completar información

Editar perfil Leer reseñas Mensajes Fotos Rendimiento Anunciarse

Editar produ... Editar servici... Reservas Preguntas y r... Añadir noved... Solicitar rese...

**Completa tu perfil**

Añade detalles para que más clientes descubran tu empresa

**Consigue un correo a tu...**

Configura una dirección de correo @tu-empresa.com con Google Workspace

**Añade una foto exterior**

Ayuda a tus clientes a localizar tu escaparate

Aí tu Ay en >

Solo los administradores de este perfil pueden ver esto

**Wandae Marketing**

Sitio web Cómo llegar Guardar Llamar

5,0 ★★★★★ 13 reseñas

Agencia de marketing en Sevilla

**Gestiona este Perfil de Empresa**

**Opciones de servicio:** Citas online · Servicios en las instalaciones

**Dirección:** C. Salado, 6B, Bajo A, 41011 Sevilla

**Teléfono:** 644 64 77 62

**Horario:** Cierra pronto · 18:00 · Apertura: 8:30 (mié) ▾

**Provincia:** Sevilla

[Editar la información de empresa](#)

# Editar perfil

En esta primera pestaña podrá editar la información básica del perfil de empresa

**Nombre de la empresa:** Tiene bastante relevancia en cuanto a SEO se refiere.

**Categoría empresarial:** Esta será la categoría por la cual Google identificará el sector de nuestro negocio. Estas vienen predeterminadas por Google, por lo que no podrás poner lo que tú quieras.

**Descripción:** Una pequeña descripción que aparecerá en la ficha. No es necesario rellenarla de keywords porque no afecta demasiado al posicionamiento, pero una buena descripción que atraiga nos dará más posibilidades de cerrar una venta.



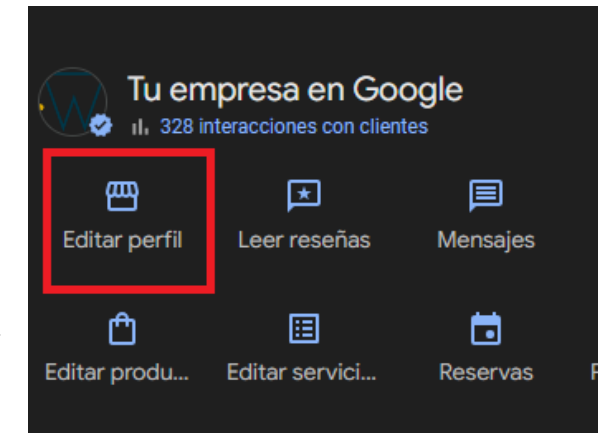
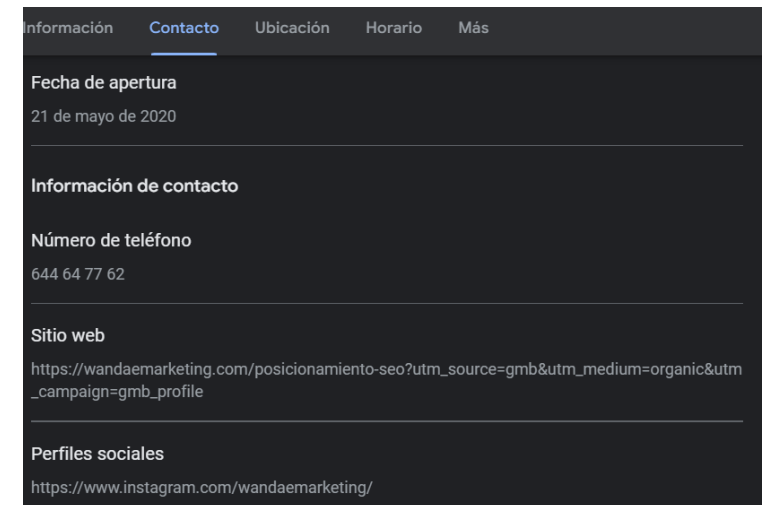
**Fecha de apertura:** La fecha en la que abrimos el negocio. (No tiene que ser la fecha en la que abrimos la ficha.)

**Número de teléfono:** El número de contacto que queremos poner en nuestra fecha.

**Sitio web:** Url hacia tu web o página de la web que quieras dirigir. Nosotros hemos creado una url especial para hacer seguimiento de desde Analytics.

**Perfiles sociales:** Las redes sociales que tengamos y queremos vincular a nuestra ficha.

**Nombre corto:** El nombre corto es un campo que servirá para que nos encuentren de manera más fácil en el mapa de Google.



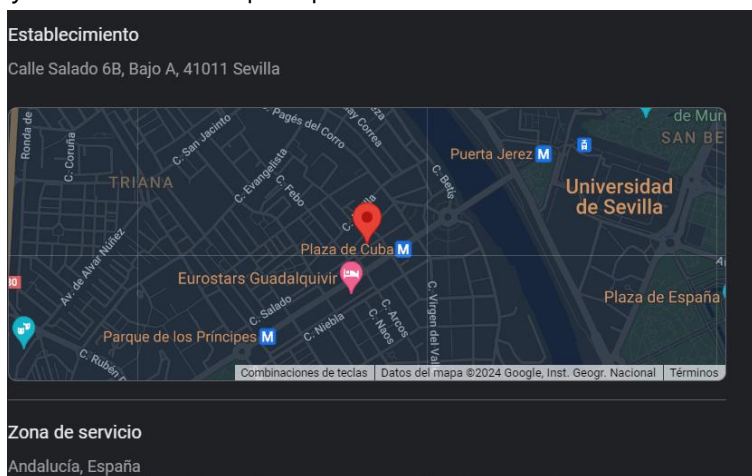
## Editar perfil

**Ubicación:** Los datos de la ubicación de nuestro negocio y donde damos servicio.

Debemos poner la dirección exacta de nuestro establecimiento, ya que esta dirección será la que utilice Google en el Maps y la que utilizarán nuestros clientes para saber cómo llegar hasta nosotros.

Si disponemos de un espacio físico, pero además podemos desplazarnos a otras zonas para poder ofrecer nuestros servicios, debemos escoger esas zonas en este apartado.

No recomendamos hacer la trampa de colocar muchísimas zonas de servicio a las cuales no podemos acudir, ya que generar mala experiencia para los usuarios y además no sirve para posicionar.



### Horario

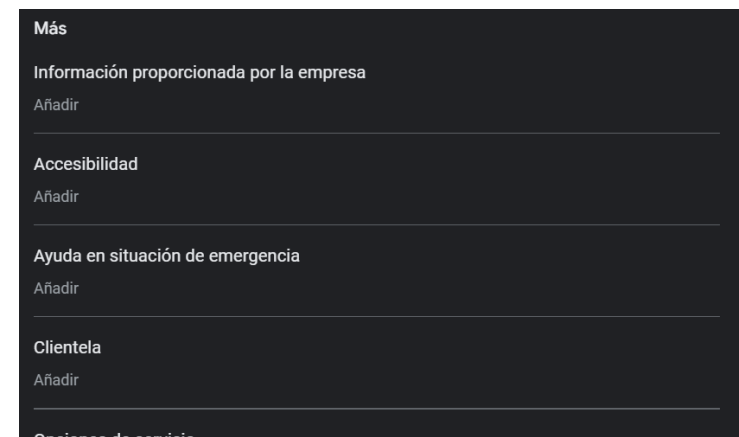
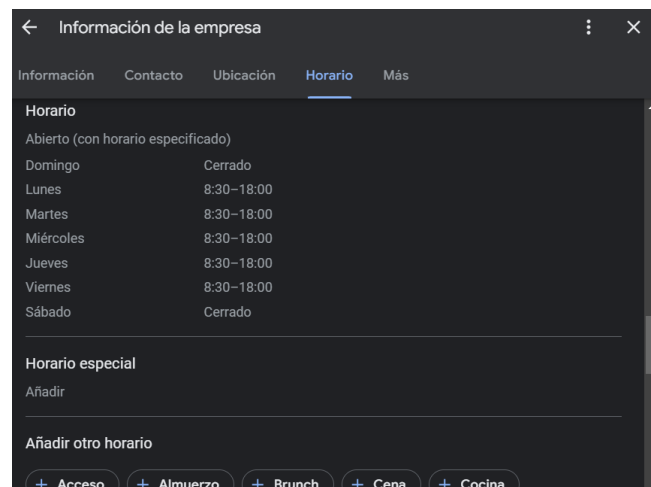
Nuestro horario de apertura y cierre.

### Horario especial

Festivos y horarios especiales. Son horarios en los que quizás sean festivos solo en nuestra ciudad o zona y debemos comunicar que cerramos.

### Otro horario

Son horarios especiales que dependerán de tu negocio y si les quieres dar o no visibilidad.

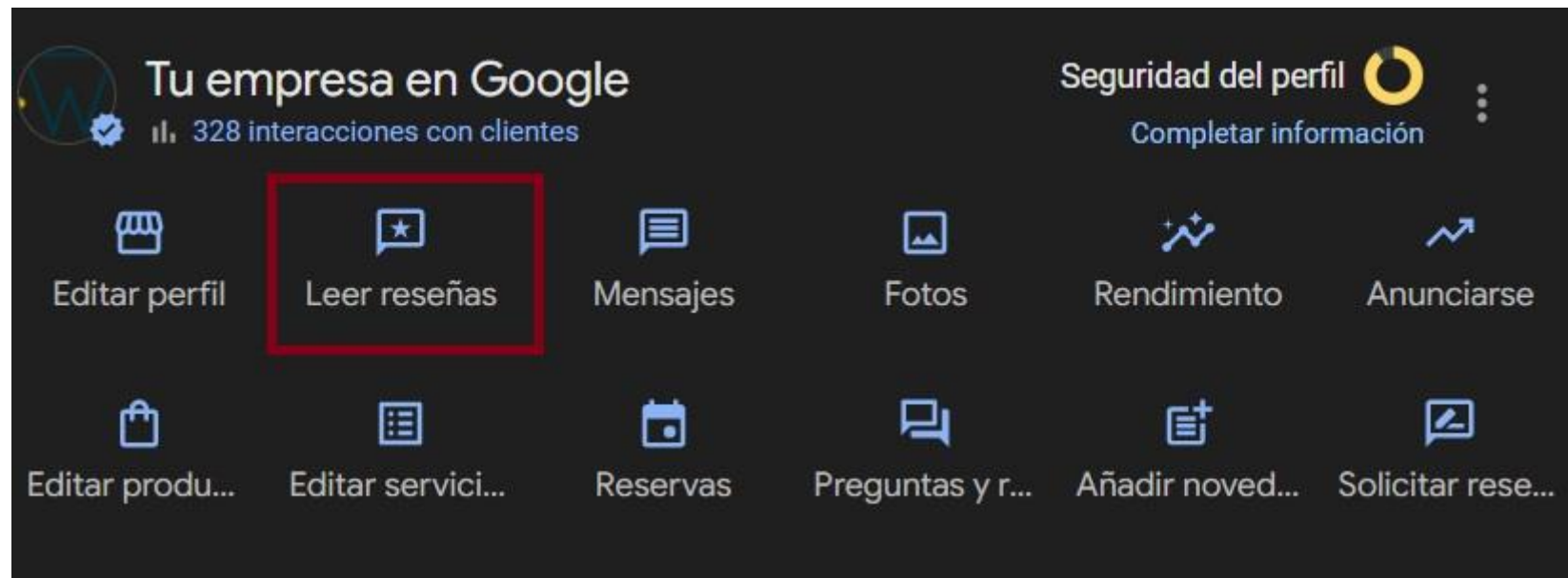


## Reseñas

Las **reseñas de los clientes** facilitan información valiosa sobre la empresa tanto para el propietario como para otros clientes. Muchos consumidores deciden si van a utilizar o no los servicios de una empresa en base a los comentarios que dejan otros clientes.

Las **reseñas e interacciones positivas** pueden ayudar a marcar la diferencia entre su empresa y la competencia. La cantidad y calidad de las reseñas también son una importante señal que clasifica a su empresa en Google. Tener un alto volumen de reseñas positivas puede mejorar la visibilidad de su empresa dentro de los productos de Google. Las reseñas e interacciones positivas pueden ayudar a marcar la diferencia entre su empresa y la competencia. La cantidad y calidad de las reseñas también son una importante señal que clasifica a su empresa en Google. Tener un alto volumen de reseñas positivas puede mejorar la visibilidad de su empresa dentro de los productos de Google.

Las **respuestas** deben ser concisas y cordiales. Debe evitar un tono personal cuando responda a una reseña, ya que las respuestas son públicas y permanecen visibles en el **Panel de Información de la empresa**. Recuerde dar las gracias a los autores de las reseñas, ya que cada respuesta puede llegar a muchos clientes.



# Fotos

**Añadir fotos y videos de alta calidad puede ayudar a atraer más clientes.**

The image displays the Google My Business interface. The top section, titled "Tu empresa en Google", shows 331 interactions with clients and a "Seguridad del perfil" indicator. A grid of icons for various actions is visible, with the "Fotos" icon highlighted by a red box. Below this, a detailed view of the "Fotos y videos" section is shown, featuring a grid of photos and videos. The interface includes buttons for "Ver todas las fotos" and "Añadir fotos". A text prompt states: "Puedes gestionar las fotos y los videos que ha subido tu empresa". Below the grid, there are options to "Cambiar portada" and "Cambiar logotipo". The bottom of the screen shows the company name "Wandae Marketing" and the website "Citas: wandaemarketing.com".

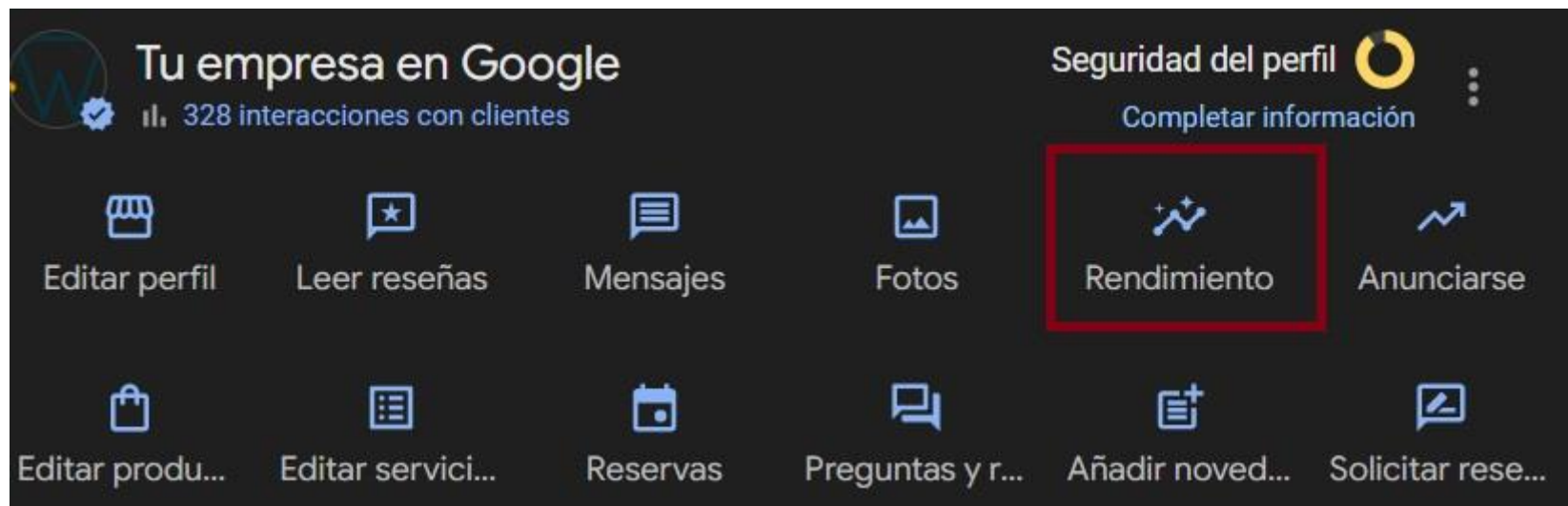
## Rendimiento

**Utiliza las métricas proporcionadas por Google para evaluar y mejorar tu presencia en línea.** Revisa regularmente las estadísticas para comprender cómo interactúan los clientes con tu perfil y realiza los ajustes necesarios.

- Análisis de comportamiento: Observa cuáles son las acciones más comunes que toman los visitantes (por ejemplo, clics a la página web, solicitudes de dirección, llamadas telefónicas) y optimiza tu perfil en consecuencia.
- Tendencias: Ajusta tu estrategia según las tendencias que observes en tus estadísticas. Por ejemplo, si notas que las visitas aumentan después de una publicación específica, considera producir más contenido similar.

### Consejos generales:

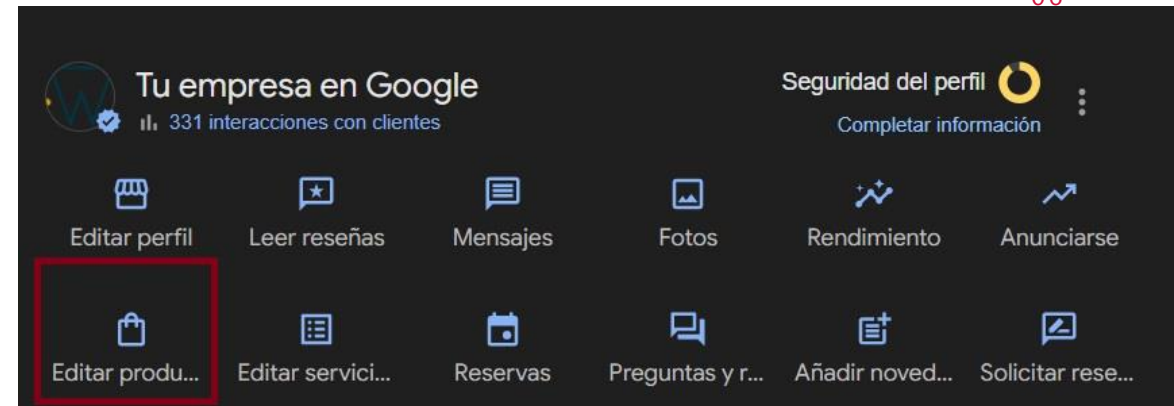
- Aprovecha los insights para informar decisiones de marketing.
- Compara tus estadísticas con periodos anteriores para medir el crecimiento.





## Editar productos

Aquí puedes destacar los productos que ofreces para que los clientes los encuentren fácilmente cuando busquen tu negocio en Google. Desde tu ficha podrás ver los productos que tienes publicados y añadir nuevos productos o editarlos



**Nombre del Producto:** Nombre de tu producto.

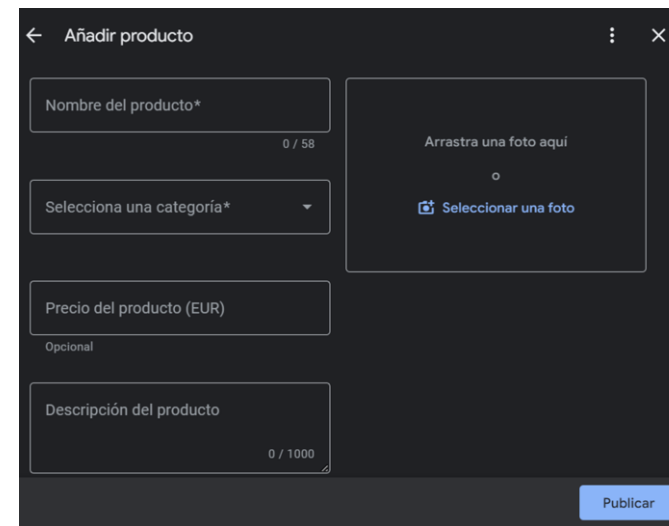
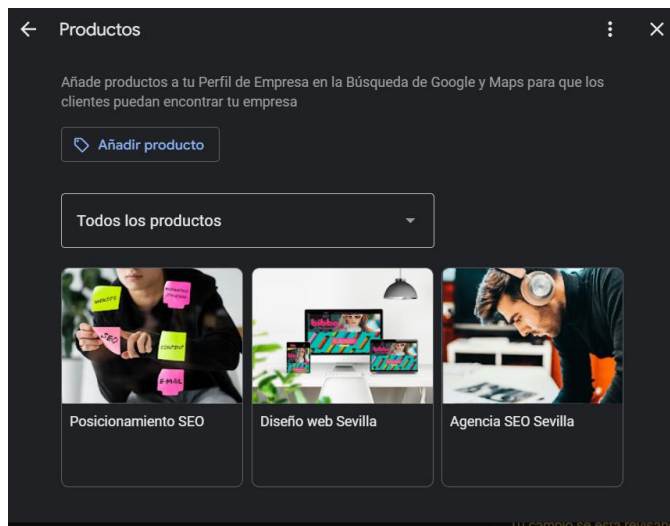
**Categoría:** Asígnale una categoría que facilite encontrarlo.

**Precio:** Incluye el precio o rango de precios. Si no quieres mostrar el precio exacto, puedes usar opciones como «Desde» o «Hasta».

**Descripción:** Descripción breve y precisa del producto. Asegúrate de resaltar sus características y beneficios.

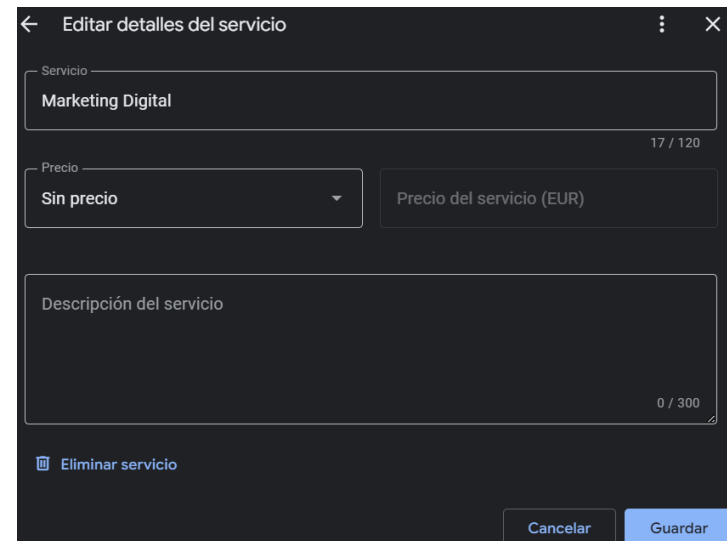
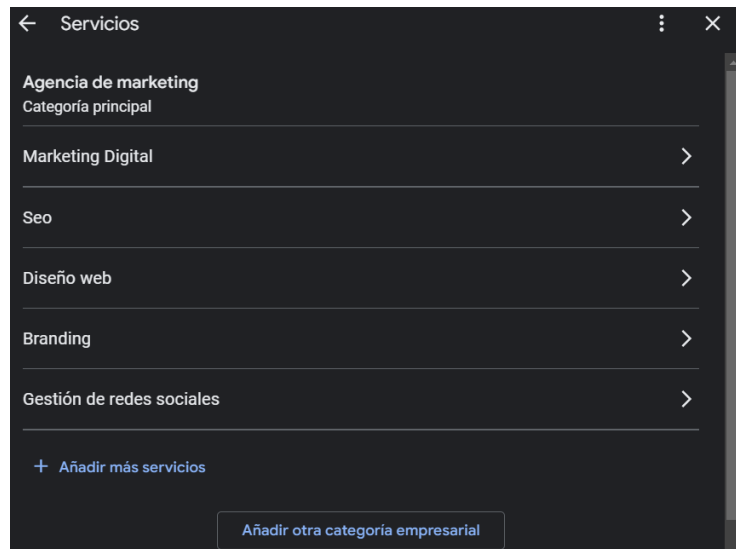
**Imagen:** Añade una imagen de alta calidad del producto.

**Botón de Llamada a la Acción:** Puedes agregar un botón como «Comprar», «Ver más» o «Obtener más información» para dirigir a los a tu web.



## Editar servicios

Esta sección es totalmente relevante a la hora de colocar los servicios o productos que queremos destacar y darles visibilidad.



## Novedades

Las **novedades** de Google My Business nos permiten informar de todas las noticias que quieras comunicar a tus clientes.

A través de estas publicaciones se nos permite subir fotos y texto informando de:

**Novedades:** Cualquier novedad alrededor de tu negocio que quieras que tu público conozca.

**Eventos:** Anuncia eventos que organices con tu empresa, añade fecha, lugar y hora de celebración.

**Ofertas:** Publicita tus ofertas en productos.

