

# Manual de Google My Business

## Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
1.1. La Guía	3
1.2. Ventajas de GMB	4
<b>2. Google Maps</b>	<b>5</b>
2.1. Crear una ficha en Google Maps	5
2.2. Usuarios de la ficha	5
2.3. Datos de la ficha	6
2.4. GMB para autónomos	6
2.5. NAP	7
2.6. Notificación de baja de negocio	7
2.7. Reclamar fichas	7
2.8. Enviar comentarios a Google Maps	8
<b>3. Publicación y contenidos</b>	<b>9</b>
3.1. Publicaciones en la ficha	9
3.2. Publicar paso a paso	10
3.3. Fotos	10
3.4. Sitio Web negocio.site	10
3.5. Reseñas	10
<b>4. Notas complementarias</b>	<b>11</b>
4.1. Fichas informativas vs administradas	11
4.2. Entidades y profesionales	12
4.3. Reservas	13
4.4. Reclamaciones legales	13
4.5. Reportaje 360	14
4.6. Crear un mapa personalizado	14
4.7. Otros sistemas de Geolocalización	15
4.8. Temas discontinuados	15
<b>5. Versiones</b>	<b>16</b>

# 1. Introducción

## 1.1. La Guía

El objetivo de esta Guía es informar sobre las principales funciones de [Google My Business](#) (GMB) y como administrar la presencia en Google Maps de empresas, negocios y profesionales.

El documento está sometido a ampliaciones y actualizaciones según se van detectando cambios en esta plataforma y otras de Google u otros proveedores con las que se relaciona.

Para usar [Google My Business](#) crear y/o administrar una ficha de [Google Maps](#) es necesario disponer de una cuenta de [Gmail](#). Cuando se empieza un proyecto de Identidad Digital se recomienda crear una cuenta de Gmail corporativo por las siguientes razones:

- Se crea un perfil del navegador [Google Chrome](#) sincronizado con [Gmail](#) que usan todos los administradores del equipo y ahorra tiempo en configuraciones.
- Permite administrar las fichas de [Google Maps](#) mediante [Google My Business](#) que estén relacionadas con el proyecto.
- Con [Gmail](#) se dispone de un [Google Drive](#) de 15 GB, un disco duro en la nube en el cual se guardan todos los documentos, fotos y materiales relacionados con el proyecto. De esta forma está todo centralizado en un único sitio.
- [Gmail](#) también permite crear un canal de [YouTube](#), una plataforma habitual en el desarrollo de los proyectos de Identidad Digital.
- Se dispone de [Google Fotos](#) que permite almacenar imágenes sin límite.
- Se puede aprovechar para crear distintas redes sociales u usar servicios que ofrecen la cuenta Google como una opción directa de registro.
- Se puede usar en otras redes sociales como Twitter para poner como email.

En octubre de 2018 Google anuncia el cierre de su red social [Google+](#) por lo tanto todos los contenidos relacionados con esta Red Social, sus perfiles, páginas, grupos y comunidades han sido eliminados de este manual ya que han quedado obsoletos.

## 1.2. Ventajas de GMB

La ficha de Google Maps ayuda mucho a lo que se conoce como [SEO Local](#) y tiene mucho que ver con el uso de teléfonos móviles ya que el 70% de las búsquedas son desde los smartphones y esta proporción no para de crecer.

Google tiene el objetivo de crear una red social con [Google My Business](#) y el sistema de reseñas, por eso es tan importante estar presentes.

Ventajas y características principales:

- Se pueden poner hasta 5 categorías de empresa para mejorar.
- La ficha de la empresa y las publicaciones aparecen en 3 sitios:
  - La búsqueda de negocios de la parte superior
  - En la parte lateral derecha según el tipo de búsqueda
  - En los resultados si se tiene una web automática de Google.
- Cualquier ficha de negocio con la información completa y publicaciones regulares tiene más de 10.000 visitas al mes en grandes ciudades y capitales de provincia.
- Se dispone de estadísticas detalladas de conversión: llamadas y como llegar.
- Permite crear una página web gratis automáticamente a partir de los contenidos introducidos. Será un subdominio de [negocio.site](#).
- El visitante de nuestra ficha no necesita estar dado de alta en ninguna red social para consultar la información, solo debe tener acceso a Internet.

### Aplicaciones que usan Google Maps

Otro dato muy importante que se debe conocer es que existen miles de aplicaciones y servicios web que usan los datos de Google Maps como complemento a sus negocios.

Si tenemos una ficha con información lo más completa posible, estamos multiplicando el alcance de nuestras publicaciones.

## 2. Google Maps

### 2.1. Crear una ficha en Google Maps

Pasos a seguir:

1. **Alta de la ficha.** Ir a la dirección y en la ventana izquierda con los datos del lugar hacer clic en: [Añadir un sitio que falte](#). Dado que Google suele crear muchas ficha automáticamente a partir de bases de datos públicas es posible que la ficha exista y entonces mostrará un enlace de este tipo: [Reclamar esta empresa](#).
2. **Verificar.** Una vez hecho, o si el sitio existe pedir la verificación, normalmente suele ser mediante código enviado por postal aunque a veces se realiza por una llamada telefónica. Según el tipo de negocio, la ubicación en el momento del registro o la persona que lo realiza, puede darse el caso de que la verificación sea inmediata.
3. **Página web.** Cuando se verifica la ubicación es posible crear una página Web para el sitio creado en una dirección del tipo [minegocio.business.site](#). Se recomienda completar toda la información de la ficha antes de activar la página web.

### 2.2. Usuarios de la ficha

Si en vez de crear una ficha, has sido nombrado administrador de una ficha de Google Maps, debes ir a tu Gmail y aceptar la invitación en un correo que habrás recibido de Google. Google suele denominar al titular de la ficha como Empresa o Negocio aunque se trate de otro tipo de entidades como Asociaciones o incluso personas físicas como profesionales liberales o autónomos que ofrecen sus servicios.

Una vez aceptada la invitación para administrar la ficha debes ir a la opción de Gestionar Ubicaciones de Google Maps (<https://business.google.com/locations>) y hacer clic en tu ficha para entrar en las opciones de administración.

Una ficha puede ser administrada por varios usuarios. El propietario de la ficha puede añadir a otros usuarios y asignarles tres niveles distintos de autoridad. Consultar ayuda de Google: [Propietarios y administradores de fichas](#). El usuario invitado podrá publicar también en la ficha.

## 2.3. Datos de la ficha

El primer paso es completar el máximo de información posible de la ficha en GMB. De esta forma se mostrará tanto en el buscador como en Google Maps cuando cualquier persona realice una búsqueda de la entidad o relacionada con sus actividades, servicios y productos.

Algunos de los datos principales a introducir haciendo clic en las opciones que salen en la parte izquierda de Administración de la Ficha son:

- Añadir datos de nombre, localización de servicios y categoría empresarial.
- **Información de contacto.** Dirección completa, teléfono, horario, URL de la página Web, teléfono, Añadir descripción de la empresa y Añadir Etiquetas.
- **Información del negocio.** En la pestaña de información:
  - **Descripción del negocio** de 750 caracteres.
  - **Servicios/Artículos.** Añadir los servicios que se prestan o los artículos en venta.
  - **Atributos** (aseos, acceso con silla de ruedas, etc).
- **Etiquetas.** Es importante rellenarlas porque ser uno de los criterios que usa Google para mostrar la ficha cuando los usuarios buscan. Máximo de 10 etiquetas de 50 caracteres.
- **Fotos** del Logotipo y Portada y también, si es posible, del negocio, equipo, instalaciones, productos y todo aquello que pueda ayudar a la persona que visita la ficha.
- **Página web.** Opcionalmente, crear sitio Web automático en un subdominio [negocio.site](https://negocio.site).

## 2.4. GMB para autónomos

Si el profesional es un autónomo que opera desde una dirección particular y no desea mostrar la misma lo puede hacer de la siguiente forma:

1. Acceder a su ficha y hacer clic en información
2. Hacer clic en Zonas de Servicio e introducir los municipios donde hace servicios.

De esta forma se mostrará su información de contacto pero sin enseñar su dirección. Más información en [Empresas de servicios locales en Google](#).

Los médicos, abogados y otros profesionales con servicios al público pueden tener ficha propia en Google Maps siempre y cuando cumplan una serie de requisitos. Para consultar la normativa ver este enlace: [Normas para empresas y profesionales de Google My Business](#).

## 2.5. NAP

**NAP** son las siglas de **Name**, **Address**, **Phone**. Es decir los datos de contacto básicos de una entidad (empresas, negocios, profesionales, etc) en Google.

Es fundamental para el SEO local que el **NAP** sea exactamente igual en todas las plataformas en las que se dé de alta el negocio. También en la Web debe figurar el mismo NAP. La referencia para la dirección es la que figura en Google Maps.

## 2.6. Notificación de baja de negocio

Pasos para informar de que un sitio en **Google Maps** está de baja o nunca ha existido:

1. Ir a la ficha del negocio en **Google Maps**, abrirla y hacer clic en **Sugerir una corrección**.
2. Clic en el botón que pone: **El lugar está cerrado definitivamente o jamás ha existido**.
3. Elegir la opción más adecuada y seguir las instrucciones que salgan al respecto.

Para el caso de negocios ya cerrados no se pueden hacer cambios.

## 2.7. Reclamar fichas

### **Ficha administrada**

En algunas ocasiones es necesario reclamar una ficha administrada porque el usuario no recuerda el acceso o quién se lo hizo. Se accede al siguiente formulario <https://support.google.com/business/answer/4566671?hl=es>, se pide y hay que esperar 7 días para que se active.


### **Ficha duplicada**

Si vemos una ficha duplicada se debe saber que Google permite [Eliminar ubicaciones duplicadas o informar de ellas](#). También es posible fusionar dos fichas en una sola,

## 2.8. Enviar comentarios a Google Maps

Hay que saber que para ubicaciones marcadas como cerradas no es posible entrar en sugerir cambios o enviar incidencias de documentación.

### En Ordenador:

- Abre [Google Maps](#) y comprueba que has iniciado sesión con tu [Gmail](#).
- Ir a la ubicación y hacer clic en la chincheta para que se abra la ficha de la misma
- En la parte superior izquierda, haz clic en el menú principal 
- Hacer clic en [Enviar Comentarios](#).
- Seleccionar una de las opciones que salen.
- Para informar sobre un problema, sigue las instrucciones correspondientes.
- Haz clic en [Enviar](#).

### En Teléfono o tablet Android

- Abrir la aplicación [Google Maps](#).
- Toca el icono de menú y selecciona [Danos tu opinión > Informar de un problema de datos](#).

## 3. Publicación y contenidos

### 3.1. Publicaciones en la ficha

Cualquier entidad que tenga una ficha visible en Google Maps puede [crear publicaciones en la misma desde Google My Business](#). Las publicaciones se muestran y ordenan por orden cronológico de publicación, no se puede modificar la fecha ni el orden como en WordPress.

#### **Ventajas de publicación en Google My Business**

- Las dos últimas publicaciones aparecen junto a la ficha tanto en Google Maps como en la ficha que muestra Google en la parte derecha.
- Se consigue una visualización inmediata de nuestra novedades.
- El contenido queda guardado en Google y se posiciona también en las búsquedas.
- Si tienes una web de Google del tipo [mipagina.negocio.site](#) quedan publicados.

#### **¿Qué tipos de publicaciones se pueden hacer?**

- **Novedades**, son equivalentes a las noticias. Permite incluir una foto o vídeo, un texto y de forma opcional un botón que permite diferentes llamadas a la acción.
- **Eventos**, permite las mismas opciones que las novedades: foto o vídeo, texto y botón opcional y añade el título del evento y el intervalo de fechas y horas.
- **Ofertas**, permite las mismas opciones que las novedades: foto o vídeo, texto y botón opcional y añade el título de la oferta, intervalo de fechas y horas y tres opciones relacionadas específicamente con el concepto de oferta: cupón, enlace para canjear la oferta y texto de términos y condiciones de la misma.
- **Productos**, permite las mismas opciones que las novedades: foto o vídeo, texto y botón opcional y añade el título del artículo, precio o intervalo de precios.

**Notas:** El texto puede tener un máximo de 1.500 caracteres. Se puede incluir URL completas pero no en formato enlace, hay que publicar la URL completa del enlace que queremos compartir, por ejemplo: <https://www.facebook.com>. Solo se admite una foto por publicación. Los requisitos actuales para los vídeos son: Duración: hasta 30 segundos; tamaño: hasta 100 MB y resolución: 720 píxeles o superior.



## 3.2. Publicar paso a paso

Cómo hacer una publicación:

1. Acceder con la cuenta de Gmail a este enlace [Google My Business](#) ir a la gestión de ubicaciones y hacer clic en la ficha en la que se quiere hacer la publicación.
2. Hacer clic en el menú de la izquierda en la opción de [Publicaciones](#).
3. Hacer clic en la parte superior de la página donde pone [Escribe tu publicación](#).
4. Sale un sencillo formulario donde se elige el tipo de publicación y se introduce la información en los campos del formulario.
5. Una vez rellenados los campos del formulario basta con pulsar el botón publicar.
6. Se recomienda añadir una foto o vídeo corto a la publicación.
7. Se recomienda seleccionar uno de los botones de acción (CTA) que ofrece Google y añadirle al mismo un enlace a un contenido de nuestra web o la sección de contacta.

## 3.3. Fotos

La ficha de Google Maps permite subir fotos y agruparlas por su origen: Del propietario, De Clientes, Interior, Equipo, 360. Lo que no se permite es hacer álbumes de fotos. Para ello tenemos que recurrir a Google Photos, crear allí un álbum y obtener el enlace para compartir.

## 3.4. Sitio web negocio.site

Permite crear un sitio web propio con la información de la ficha de Maps bajo el dominio negocio.site o business.site. Podemos elegir entre varios temas, tiene un título, una descripción, fotos y URL de la web. También permite usar la URL del sitio como Web en la ficha de Maps.

Se debe tener en cuenta que los enlaces de los contenidos de un sitio creado como subdominio de negocio.site. Otra opción es comprar un dominio para asociarlo a la web.

No tenemos un control tan personalizado como con un dominio propio, pero en algunos casos se ha comprobado que a los 3 meses ha llegado a la primera página de Google por el nombre del dominio y los servicios ofrecidos. Dependerá de la ubicación y la competencia.

## 3.5. Reseñas

Tener el control de la ficha de Google Maps permite gestionar las reseñas contestando a las mismas. También se pueden denunciar y eliminar las que sean fraudulentas para perjudicar al negocio. El 20% del SEO local está en función de las reseñas y valoraciones.

La ficha registrada da un enlace directo para pedir reseñas a clientes por mail o WhatsApp.

## 4. Notas complementarias

### 4.1. Fichas informativas vs administradas

Las fichas de negocio en Google Maps pueden ser **administradas** o **informativas**. Resumen de las principales diferencias entre ambas.

#### **Ficha de Google Maps informativa**

La puede dar de alta el propio Google con las bases de datos que tiene, por ejemplo de teléfonos, nuevas empresas que se crean en el registro mercantil, etc.

También cualquier persona puede dar de alta una ficha de negocio. Lo hacen cuando ven que no existe en Google Maps. Pueden poner los datos que quieran.

Estas fichas informativas se distinguen de las otras porque en la parte inferior sale: [Reclamar esa empresa](#). La información que sale en estas fichas va cambiando según los datos de Google o los propios visitantes y clientes con sus sugerencias.

Estas fichas pueden recibir reseñas, pero no estar administradas, nadie las puede contestar.

#### **Ficha administrada de Google Maps**

Es una ficha como las anteriores pero que alguien ha pedido a Google que le de el control de la misma. Es lo que se conoce como **Verificar**. También se pueden crear por primera vez como se explica en el apartado 2.1.

Siempre es necesario hacer la verificación teniendo una sesión abierta con una cuenta de Gmail en el navegador. Las fichas de Google Maps siempre se administran con un Gmail.

El **método de verificación** es único pero hay varias formas de **confirmar**: por tarjeta postal, por teléfono o automático porque Google detecta que eres el propietario por tu móvil, fijo o Wifi.

Cuando alguien administra una ficha de Google Maps puede hacer todos los cambios que quiera en la misma e incluso darla de baja, asignar otros administradores y transferirla.

## 4.2. Entidades y profesionales

Una entidad y un profesional de la misma, pueden tener ambas fichas independientes en Google Maps, siempre y cuando se cumplan determinadas condiciones, como en el ejemplo que se cita.

Pueden tener ficha propia en GMB:

1. Un Hospital Privado.
2. Un servicio o consulta determinado dentro del Hospital.
3. Cada médico de los consultorios.

Todo ello por separado y de forma simultánea. Para Google son identidades diferentes. Los médicos que visitan en varios centros pueden tener varias fichas distintas también a la vez.

Esto es lo que dice al respecto la [ayuda de Google Maps](#). El propio Google sugiere crear una ficha por profesional. La única condición de que en su ficha NO DEBE FIGURAR LA MARCA, es decir el nombre de la consulta, clínica y hospital.

### **Profesionales (p. ej., médicos, abogados o agentes inmobiliarios)**

Un profesional atiende personalmente al público y, normalmente, cuenta con su propia cartera de clientes. Los médicos, dentistas, abogados, asesores financieros y agentes de seguros o inmobiliarios son profesionales. Las fichas de los profesionales pueden incluir la certificación o el título (por ejemplo, Abg., Dr., MD, JD, CFA).

Un profesional debería crear su propia ficha si cumple estos requisitos:

- Atiende a los clientes personalmente (el personal de apoyo no debe crear su ficha).
- Los clientes se pueden poner en contacto directamente con el profesional en la ubicación verificada durante el horario establecido
- El profesional **no debe** crear varias fichas para cubrir todas sus especialidades.

### **Varios profesionales en una ubicación**

Si el profesional comparte la ubicación con otros profesionales la organización debe crear una ficha para la ubicación, independiente de la del profesional. En el título de la ficha del profesional solo debe aparecer su nombre, no el nombre de la organización.

### **Profesionales independientes que pertenecen a organizaciones de marca**

Si un profesional es la única persona que atiende personalmente al público en una ubicación y representa a una organización de marca, lo mejor es que comparta una ficha con esa organización. Crea una ficha, cuyo título siga este formato: [marca/empresa]: [nombre del profesional].

Por ejemplo: es aceptable: "Allstate: Joe Miller" (si Joe es el único profesional que atiende al público en esta ubicación de la marca Allstate).

### 4.3. Reservas

Google permite conectarse con un Gestor de Reservas para aquellas ubicaciones que necesiten esta función. Si en la ficha no aparece la pestaña [Reservas](#) entonces significa que las reservas no se pueden usar en la región/ubicación o en la categoría empresarial.

Opciones:

1. Trabajar con el gestor de reservas actual
2. Trabajar con un partner de Google. [Ver colaboradores de Google](#).
3. Utilizar Reservas de Google. Se utiliza para: Restaurantes, eventos y actividades de tu zona, belleza y gimnasios.

Referencia: [Google. Configurar reservas a través de un proveedor de reservas](#).

Anunciar mi alquiler vacacional en [Google My Business](#) tiene unos requisitos:

- Tener un rótulo o placa identificativa permanente en la entrada de tu propiedad.
- Tener un servicio de recepción 24 horas.

Google busca asegurarse de que quienes alquilan alojamientos turísticos, sean empresas serias con un modelo de negocio real. Por eso aplican las mismas restricciones que a los hoteles.

Un perfil en GMB generará automáticamente una ubicación en Google Maps. Google no quiere inundar su navegador de mapas con miles de viviendas privadas que puntualmente ofrezcan un servicio de alquiler de corta estancia. Ver [Alquiler Vacacional en Google](#).

### 4.4. Reclamaciones legales

Acceder a esta URL para realizar una reclamación legal a Google:  
<https://support.google.com/legal/answer/3110420?hl=es>

Para solicitar la retirada de material de Google:

1. Ir a esta dirección <https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905>
2. Seleccionar [Más productos](#)>Google Maps
3. Seleccionar [motivo o si la solicitud es una cuestión de carácter legal que no incluida aquí](#).
4. Seleccionar [Tengo una orden judicial que declara cierto contenido ilícito \(por ejemplo, de acuerdo con una demanda de infracción de marca comercial o de derechos de autor\)](#).
5. [Hacer clic en Completa este formulario para enviar tu orden judicial](#).
6. Rellenar la información, subir el documento y enviar el formulario.

## 4.5. Reportaje 360

Para añadir un recorrido virtual 360 a una ubicación que administramos en Google Maps se hace lo siguiente:

1. Vamos a [Google My Business](#) y vemos la lista de ubicaciones
2. Hacemos clic en el icono azul de la derecha en la ubicación deseada
3. Hacemos clic en [Añadir visita virtual y Conseguir Visita Virtual](#)
4. Nos lleva a la Web de Street View: <https://www.google.com/streetview/earn/>

Clic en [Contratar](#), seleccionamos una ciudad y nos salen los profesionales acreditados en la misma.

## 4.6. Crear un mapa personalizado

Para crear un mapa personalizado con el objetivo de realizar un mashup de localizaciones se deben seguir los siguientes pasos:

1. Acceder a <https://www.google.com/maps/d/>
2. Clic en [crear un nuevo mapa](#) y accedemos a un nuevo mapa
3. Clic en el [nombre](#) para personalizar nombre y descripción
4. Personalizar el nombre de la [capa](#)
5. Ajustar el zoom
6. Insertar puntos en el mapa
7. Personalizar [mapa base](#)
8. Hacer clic en [compartir](#) para convertirlo en público
9. Hacer clic en los tres puntos a la derecha del nombre y clic en [Insertar en mi sitio](#) para obtener el código iframe que permite ponerlo en la Web.

## 4.7. Otros sistemas de Geolocalización

Existen otros sistemas de Geolocalización donde es conveniente tener presencia debido a que son utilizados por diversas aplicaciones, son casos como [OpenStreetMap](#) y los mapas de [Apple](#) y los de [Bing](#).

Aplicaciones de Geolocalización como Foursquare no usan Google Maps. Dando un negocio de alta en Foursquare lo tendremos dado de alto en [OpenStreetMap](#).

## 4.8. Temas discontinuados

### **Google Author**

Existe un poco de confusión respecto al sistema por el cual Google da más relevancia a los autores que sabe quienes son. El problema está en cuál es el sistema de autenticación de autores. Hubo una época en que se lanzó una especie de verificación de autores de webs y blog pero después Google lo suspendió.

Algunos blogs de SEO hablan en artículos recientes del Google Author Rank como un elemento que influye en el posicionamiento de los contenidos. 5.4. Red Social Google+.

### **Google+**

La Red Social Google+ fue cerrada por Google a principios de 2019 por decisión de la empresa. Era muy similar a Facebook, con perfiles, páginas y grupos. Lo mencionamos aquí sólo para evitar confusiones.

## 5. Versiones

- 1.0 01/10/2019. AB Versión inicial orientada a WordPress
- 2.0 20/01/2021. AB Revisión y edición especial para medicina privada
- 3.0 01/04/2022. AB Revisión 2022 novedades y descartar funciones obsoletas.