

— SEO · ACCIONES

Tu ficha de Google, *del alta al mapa*

Para tener delante mientras creas o revisas tu Perfil de Empresa de Google: requisitos, pasos con los plazos que da Google, qué completar y qué evitar. El Excel que acompaña a este PDF te ayuda a comprobar tus datos, la verificación y las reseñas.



Nico — Auve Nico · Consultor de marketing digital freelance en Sevilla
Acompaña al artículo «Cómo aparecer en Google Maps con tu negocio, paso a paso»



Antes de empezar: ¿puede tu negocio tener ficha?

El Perfil de Empresa es para negocios que atienden en persona. Marca lo que se cumple en tu caso.

- ☐ **Atiendes en persona**
Tienes un local que los clientes visitan o vas tú a verlos.
- ☐ **Hay alguien en el horario**
Los clientes pueden contactar con alguien en la ubicación verificada, en el horario que publicas.
- ☐ **La dirección es real**
Ni oficina virtual ni apartado de correos. Un coworking, solo con cartel y alguien atendiendo.
- ☐ **Si vas a domicilio**
Ocultas la dirección y marcas la zona de servicio, que no debería pasar de dos horas en coche.
- ☐ **Cuenta de la empresa**
La ficha se crea con una cuenta de Google del negocio, no con la de un empleado.

Los pasos, con sus plazos

01 Busca tu negocio en Google Maps

Cinco minutos. Si la ficha existe, la reclamas. Si no, la creas.

02 Nombre y categoría

El mismo día. Nombre real, sin eslóganes, servicios ni ciudad. La categoría más específica que exista.

03 Verificación

Teléfono, correo, videollamada, vídeo o carta, según lo que Google te ofrezca. Por carta, la mayoría de los códigos llegan en 14 días y caducan a los 30. Revisión: hasta 5 días hábiles.

04 Completa la ficha

La primera semana. Horario (también festivos), teléfono, web, servicios y fotos reales.

05 Vigila los cambios sugeridos

Siempre. Tienes 4 días desde el aviso para aceptar o rechazar un cambio que propone otra persona.



Qué completar en la ficha

Google pide que la dirección, el horario, la categoría y los atributos estén completos y sean exactos.

- ☐ **Nombre**
El de tu cartel, tu web y tus facturas.
- ☐ **Categoría principal**
La más específica. Las secundarias, solo si describen lo que eres.
- ☐ **Dirección o zona de servicio**
Una de las dos, según atiendas en tu local o a domicilio.
- ☐ **Horario**
El normal y el de festivos o cierres especiales.
- ☐ **Teléfono y web**
Los mismos que en tu web. La web, a la página que mejor responde a lo que buscan.
- ☐ **Servicios y descripción**
Lo que haces, con las palabras que usan tus clientes.
- ☐ **Fotos**
Del local, del equipo y del trabajo. Reales.
- ☐ **Reseñas**
Pídelas a todos tus clientes y responde a todas.

Lo que Google prohíbe

ATAJO	QUÉ DICE GOOGLE
Palabras clave en el nombre	No está permitido añadir información innecesaria al nombre.
Reseñas a cambio de algo	Prohibido ofrecer pagos, descuentos o servicios gratis por una reseña.
Pedir reseñas solo a los contentos	Prohibido pedir las de forma selectiva o desanimar las negativas.
Precios u ofertas con fecha en la ficha	No van en los datos de la ficha. Las ofertas y novedades sí caben en las publicaciones.
Oficina virtual como dirección	Si no se opera en esa ubicación, no puede tener Perfil de Empresa.



Por qué no sales aunque tengas ficha

FACTOR	QUÉ MIRA GOOGLE	QUÉ PUEDES HACER TÚ
Relevancia	Si tu perfil coincide con lo que se busca	Categoría, servicios y descripción completos; una web con una página por servicio
Distancia	Lo lejos que estás de quien busca	Nada: dirección real o zona de servicio
Prominencia	Lo conocido que es tu negocio: webs que te enlazan, reseñas y valoraciones	Pedir y responder reseñas; que otras webs de tu zona te mencionen

Tu revisión de la ficha

CADA CUÁNTO Y QUÉ REVISAS	ÚLTIMA REVISIÓN (FECHA)	NOTAS
Cada semana Avisos de cambios sugeridos (4 días para responder)		
Cada semana Reseñas nuevas, todas contestadas		
Cada mes Horario, festivos, teléfono y web siguen siendo correctos		
Cada mes Fotos nuevas y publicaciones		
Cada trimestre Nombre, dirección y teléfono iguales en la ficha, la web y los directorios		

Plazos y reglas sacados de la Ayuda de Perfil de Empresa de Google y de la política de contenido de Google Maps, consultadas el 21-10-2026. Pueden cambiar: comprueba la ayuda de Google si algo no te cuadra.



Siguiente paso

Este recurso es gratis y sin registro. Si quieres que lo miremos juntos, hay dos formas de seguir.

Sesión de Diagnóstico gratuita

30 minutos por videollamada. Antes de la reunión reviso tu web, tu ficha de Google, tus redes y tu SEO; salimos con tres prioridades. Dos plazas por semana, de lunes a jueves de 17:30 a 20:00.

auvenico.es/contacto/#reservar

Formación y mentoría en marketing digital

Para negocios y equipos que quieren aprender a hacerlo ellos. Sesiones de trabajo sobre tu caso, con un sistema que se queda en casa.

auvenico.es/formacion-mentoría-marketing-digital/

Todos los recursos del blog, en auvenico.es/recursos/. Consultas: comunicacion@auvenico.es.