NORNORTE

Haz que te encuentren en Google Maps

La guía práctica para entender tu visibilidad local, detectar qué está fallando y saber qué puedes mejorar.

Guía gratuita · Edición 2026

SEO local + sistema para conseguir reseñas reales

www.nornorte.es

ANTES DE EMPEZAR

Qué hay en esta guía

Para el dueño de un negocio con un local: un bar, una peluquería, un taller, una clínica, una tienda. No hace falta saber de informática ni pagar ningún programa.

01	Tu cliente ya te está buscando	3
02	Cómo decide Google a quién enseñar	4
03	Paso 1 · Mira dónde apareces y quién sale delante AMPLIADO	5
04	Paso 2 · Una ficha que Google entienda	8
05	Paso 3 · Reseñas reales y constantes	10
06	Paso 4 · Responder y escuchar tus reseñas AMPLIADO	12
07	Paso 5 · Una ficha al día y vigilada AMPLIADO	14
08	Paso 6 · Más allá de Google: otros mapas y tu web NUEVO	16
09	Paso 7 · ¿Te recomienda la inteligencia artificial? NUEVO	17
10	Paso 8 · Medir la evolución y tu rutina	18
11	Errores que perjudican tu ficha	20
12	Autodiagnóstico: puntúa tu ficha	21
13	¿Y si no tienes tiempo?	23

Cómo leer esta guía

Para que sepas siempre de dónde sale cada idea, verás estas tres etiquetas:

GOOGLE LO CONFIRMA Lo dice Google en su documentación o en sus normas.

OBSERVACIÓN DE NORNORTE Algo que hemos medido o visto en nuestro trabajo. No demuestra cómo funciona el algoritmo.

NORNORTE RECOMIENDA Buenas prácticas y métodos propios. No son reglas de Google.

Si solo tienes cinco minutos

Ve directo al **autodiagnóstico de la página 21**. Te dirá cuál es la primera tarea que te conviene hacer.

Google no publica su fórmula exacta y la cambia con el tiempo. Nadie puede garantizarte un puesto concreto, y desconfía de quien lo haga. Nornorte es una empresa independiente y no está afiliada, patrocinada ni respaldada por Google. Google y Google Maps son marcas de Google LLC.

01 · EL PROBLEMA

Tu cliente ya te está buscando

Cuando alguien escribe "peluquería cerca de mí" o "taller en Córdoba", no compara diez webs: mira el mapa y suele elegir entre los primeros.

En los resultados locales, Google suele destacar **un pequeño grupo de negocios** y permite ver más resultados al pulsar "Más sitios". Además, como verás, el orden cambia según desde dónde busque cada persona.

Muchas fichas de negocios de barrio están a medio hacer: categorías poco precisas, pocas reseñas, fotos antiguas, horarios sin revisar.

Una ficha completa, precisa y bien gestionada facilita que Google entienda mejor tu negocio y ofrece una mejor experiencia a quien la visita. Además, las reseñas, la información del negocio y otros factores contribuyen a la visibilidad local.



Lo que vas a encontrar en las próximas páginas

Paso	Qué consigues	Tiempo aproximado
1 · Mira dónde apareces	Saber en qué zonas te ven y quién sale delante	1 hora
2 · Ficha que Google entienda	Que tu información sea completa y correcta	1-2 horas, una vez
3 · Reseñas reales y constantes	Más confianza para quien te busca	Un hábito diario
4 · Responder y escuchar	Negocio atendido y saber qué opinan tus clientes	5 minutos por reseña
5 · Ficha al día y vigilada	Información actual y sin cambios que no has pedido	15 minutos por semana
6 · Más allá de Google	Estar bien en Apple Maps, Bing, directorios y tu web	1-2 horas, una vez
7 · La inteligencia artificial	Saber si ChatGPT o Google te mencionan	10 minutos al mes
8 · Medir	Saber cómo evoluciona tu visibilidad	30 minutos al mes

02 · LAS REGLAS DEL JUEGO

Cómo decide Google a quién enseñar

Google explica que los resultados locales dependen principalmente de tres factores, y que no se puede pedir ni pagar para mejorar la posición local. GOOGLE LO CONFIRMA

1

Relevancia

Si tu ficha encaja con lo que se busca. Una peluquería con sus servicios bien descritos encaja mejor con "mechas" que una ficha que no dice nada.

2

Distancia

Lo cerca que estás de quien busca o del lugar que menciona. Por eso tu posición cambia de una calle a otra.

3

Prominencia

Lo conocido que es tu negocio. Google indica que el número de reseñas y la valoración contribuyen a ella.

Una observación de Nornorte: la visibilidad puede variar con el negocio abierto o cerrado OBSERVACIÓN DE NORNORTE

En una medición realizada por Nornorte, un negocio de la provincia de Córdoba apareció entre los tres primeros en **0 de 25 zonas** un viernes por la tarde, con el local cerrado. El lunes siguiente, con el local abierto, apareció entre los tres primeros en **14 de 25 zonas**.

Es una sola observación y no demuestra por sí sola cómo funciona el algoritmo. En cualquier caso, **el horario de tu ficha debe reflejar siempre la realidad**.

Qué puedes cambiar y qué no

No depende de ti

- Dónde está tu local.
- Desde dónde busca cada cliente.
- Los cambios que hace Google.

Sí depende de ti

- Que la ficha esté completa y sea correcta.
- Conseguir reseñas reales y responderlas.
- Mantenerla actualizada y medir cada mes.

Fuente: ayuda de Perfil de Empresa de Google, "Cómo mejorar tu posición en los resultados locales".

Paso 1

Mira dónde apareces

Buscarte desde tu propio local engaña: ahí sueles salir bien porque estás al lado. El cliente que busca a seis calles puede ver otra cosa.



Top 3 · Del 4 al 10 · 11 o peor / no sale en el top 20

Ejemplo ilustrativo. El círculo azul es el local.

Cómo lo medimos en Nornorte

MÉTODO PROPIO

En lugar de comprobar tu posición desde un único punto, dibujamos una **cuadrícula de 25 zonas** alrededor del local (separadas aproximadamente medio kilómetro en un pueblo o ciudad mediana). Desde cada zona hacemos la búsqueda que haría un cliente y anotamos en qué puesto apareces, hasta el puesto 20.

El resultado es un mapa como este: ves de un vistazo dónde eres visible y dónde dejas de aparecer ante clientes potenciales.

Las cifras de nuestro escaneo

6/25

Visibilidad en top 3

Tu cuota de visibilidad (aquí, un 24 %). La cifra que mejor la resume.

15/25

Visibilidad en top 10

Zonas donde apareces en los 10 primeros.

4/25

Sin presencia en top 20

Zonas donde no apareces en los 20 primeros.

7,1

Posición media cuando apareces

Media únicamente de las zonas en las que apareces.

9,3

Índice de posición en 25 zonas

Media de las 25 zonas. Cuando no apareces en el top 20, usamos 21 como valor de referencia.

Léelas juntas: puedes aparecer en casi todas las zonas y, aun así, estar entre los tres primeros en muy pocas.

Todas estas cifras son métricas propias de Nornorte, no métricas oficiales de Google.

Paso 1 · Hazlo tú

Tu propio mapa, gratis y a mano

En media hora te da una primera aproximación de tu visibilidad local.

Cómo hacerlo

- **Elige la búsqueda.** Lo que escribiría un cliente que no te conoce: "peluquería", "fisioterapeuta", "taller de motos". Sin el nombre de tu negocio.
- **Elige cinco sitios** donde viven o trabajan tus clientes: tu calle, el centro, un barrio al norte, otro al sur, las afueras.
- **Busca desde allí** (o pide a alguien que esté allí que lo haga) en Google Maps, desde el móvil y con la ubicación activada.
- **Apunta tu puesto** y quiénes salen en los tres primeros, con sus reseñas.
- **Prueba también una segunda búsqueda** más concreta, como "peluquería mujer" o "fisioterapia deportiva". A veces el mapa cambia mucho de una a otra.
- **Repite dentro de un mes**: misma búsqueda, mismo día de la semana y misma hora, con el local abierto.

Desde dónde	Mi puesto	Los 3 primeros (y cuántas reseñas tienen)
Mi calle		

Búsqueda usada: _____ Día y hora: _____

Tómalo como orientación

Los resultados varían según la ubicación exacta, el dispositivo, el historial de cada persona y el momento. Esta prueba orienta; no mide con precisión.

N

Cómo lo hacemos en Nornorte

Nuestro escaneo de 25 zonas lo mide de forma sistemática: misma búsqueda, mismos puntos y mismas condiciones cada semana, para que la comparación tenga sentido. **¿Quieres verlo ya?** Haz gratis un escaneo de 9 zonas en nornorte.es → Escaneo gratis.

Paso 1 · Quién sale delante

Compárate con los tres primeros

Saber dónde apareces es la mitad. La otra mitad es saber quién sale delante de ti y qué tiene su ficha que no tenga la tuya.

Tus competidores reales

NORNORTE RECOMIENDA

Mira tu tabla de la página anterior: casi siempre son **dos o tres negocios** los que se reparten los primeros puestos en la mayoría de zonas. Esos son tus competidores en el mapa, aunque no sean los que tú tienes en la cabeza. Abre su ficha y rellena esta comparación:

Qué mirar	Tú	1.º	2.º	3.º
Categoría principal (bajo el nombre)				
Número de reseñas y nota				
Reseñas nuevas en el último mes				
¿Responde a sus reseñas? ¿Cuánto tarda?				
Fotos: cuántas y la más reciente				
¿Tiene web? ¿Publica novedades?				

La categoría es lo primero que conviene comparar: si los tres primeros usan una categoría más concreta que la tuya y **también describe lo que tú haces**, plantéate cambiarla. Si no la describe, no la copies.

Fichas que hacen trampa

GOOGLE LO CONFIRMA

A veces quien sale delante incumple las normas: nombres con palabras clave ("Fontanero Urgente 24h Córdoba"), direcciones que no existen, fichas duplicadas o negocios ya cerrados. Cualquier usuario puede **sugerir un cambio** desde la propia ficha en Maps, y Google tiene un formulario de reclamaciones para fichas engañosas.

No siempre lo corrigen, pero es legítimo. Y nunca copies la trampa en tu ficha.

Cómo lo hacemos en Nornorte

Te enseñamos el mapa de tus tres principales competidores junto al tuyo y tu cuota de visibilidad frente a ellos cada semana. En la puesta en marcha revisamos sus categorías y señalamos las fichas sospechosas de tu zona.

Paso 2

Una ficha que Google entienda

Es el trabajo que se hace una vez y bien. Entra en tu Perfil de Empresa de Google con la cuenta que lo gestiona y revisa estos apartados.

El nombre: el real, sin añadidos NORMA DE GOOGLE

Pon el nombre de tu negocio tal y como aparece en el rótulo y en tus papeles. Las directrices de Google no permiten añadir la ciudad, palabras clave ni eslóganes, y saltárselo puede llevar a la **suspensión de la ficha**. Si ves a un competidor que lo hace, no lo copies.

La categoría principal GOOGLE LO CONFIRMA

Google indica que las categorías ayudan a describir tu negocio. La categoría principal es una señal importante para que Google entienda qué tipo de negocio eres. Elige la más concreta que sea cierta: "Clínica de fisioterapia" mejor que "Centro de salud".

Análisis de competencia: busca tu servicio y mira qué categoría usan los que salen arriba. Te puede dar ideas, pero **no copies una categoría solo porque la use un competidor**: tiene que describir de verdad tu negocio. NORNORTE RECOMIENDA

Categorías secundarias

Google permite añadir hasta nueve. Pon solo las que describen algo que de verdad haces.

Horario, también los días especiales

Pon el horario real, incluido el de verano si cambia, y usa la opción de **horario especial** para festivos, puentes y vacaciones. Revísalo cada tres meses. NORNORTE RECOMIENDA

Teléfono y web

Un teléfono en el que contestéis y una web o página propia que funcione en el móvil. Si no tienes web, es mejor dejar el campo vacío que poner un enlace roto. En el paso 6 verás cómo comprobar tu web.

N

Cómo lo hacemos en Nornorte

Revisamos tu ficha apartado por apartado (nombre, categorías comparadas con las de los tres primeros, horarios, servicios, descripción y fotos) y corregimos lo que haga falta, sin tocar lo que ya está bien.

Paso 2 · Continuación

Servicios, descripción y fotos

Servicios o productos

Escríbelos con las palabras que usa tu cliente, no con las del oficio. La gente busca "cambio de aceite", no "mantenimiento preventivo del motor". Añade una línea de descripción a cada uno.

La descripción (hasta 750 caracteres) NORNORTE RECOMIENDA

Tres cosas: **qué haces, dónde y qué te diferencia**. Sin listas de palabras sueltas y sin "los mejores de la ciudad", que no aporta nada al cliente.

EJEMPLO ILUSTRATIVO

Taller de bicicletas en el centro de Córdoba, junto al mercado. Reparamos y ponemos a punto bicis de carretera, montaña, paseo y eléctricas, normalmente en el mismo día. Vendemos recambios y accesorios y te aconsejamos sin compromiso. Si vienes con prisa, llámanos antes y te decimos si podemos tenerla lista al momento.

Fotos: las tuyas, no las de internet

- **Fachada**, de día, como la ve quien llega.
- **Interior**, ordenado y con buena luz.
- **Trabajo hecho**: un corte, un plato, una reparación.
- **El equipo**: la gente confía en caras.

Hechas con el móvil valen perfectamente; lo importante es que sean reales, actuales y útiles para el cliente.

Cuidado con cambiar nombre o dirección

Si modificas el nombre, la dirección o la categoría principal, Google puede revisar la ficha de nuevo e incluso pedirte que la vuelvas a verificar. Hazlo solo si es necesario y no cambies varias cosas a la vez. Los cambios pueden tardar días en reflejarse: espera un par de semanas antes de volver a medir.

Paso 3

Reseñas reales y constantes

Las reseñas ayudan al cliente que duda entre tú y el de al lado, y Google indica que el número de reseñas y la valoración contribuyen a la prominencia.

GOOGLE LO CONFIRMA

Qué miramos NORNORTE RECOMIENDA

Además de cuántas tienes y tu nota, nos fijamos en que **sigan llegando** y estén **respondidas**. Para quien lee, una ficha con reseñas recientes transmite más confianza que una cuya última reseña es de hace un año. Mejor pocas pero siempre, que muchas de golpe y luego nada.

Tu cifra objetivo NORNORTE RECOMIENDA

Vuelve a la tabla del paso 1 y mira cuántas reseñas tiene el negocio que sale **tercero** en tu zona. Es una buena primera meta.

Tú hoy	El tercero	Te faltan	A 3 por semana
23 reseñas	58 reseñas	**35**	unas 12 semanas

Ejemplo ilustrativo. Alcanzarle no garantiza adelantarle: es una referencia para trabajar.

Cuándo y cómo pedirlas

Invita a **todos** tus clientes, sin presionar y sin pedir que digan algo concreto. El mejor momento es al terminar el servicio:

> *"Nos ayuda mucho que nos dejes tu opinión en Google, sea la que sea. Es acercar el móvil aquí."*

La tarjeta NFC: quitarle pasos al cliente

Google ofrece un enlace y un código QR propios para pedir reseñas. Con una tarjeta NFC, el cliente acerca el móvil y **accede directamente a tu enlace de reseñas**, sin tener que buscar tu negocio. Ponla donde termina el servicio (mostrador, caja, mesa) y que alguien la mencione. No es un factor de posicionamiento: es una herramienta para facilitar reseñas reales.

N **Cómo lo hacemos en Nornorte**

Te entregamos una tarjeta NFC vinculada directamente a tu enlace de reseñas de Google, lista para el mostrador.

Paso 3 · Continuación

Lo que Google no permite

Las normas de Google sobre reseñas son claras. Si se incumplen, Google puede eliminar esas reseñas y, en determinados casos, aplicar restricciones al Perfil de Empresa. NORMA DE GOOGLE

Ofrecer algo a cambio de una reseña

Ni descuentos, ni un café gratis, ni un sorteo entre quienes opinen. Las reseñas tienen que ser voluntarias.

Pedírsela solo a los clientes contentos

Google no permite pedir reseñas de forma selectiva para quedarte solo con las buenas, ni desanimar a nadie a dejar una negativa. Invita a todos por igual.

Escribirlas tú, tu familia o tus empleados

Las reseñas tienen que reflejar experiencias reales. Tampoco valen las reseñas falsas a la competencia ni el intercambio de reseñas entre negocios.

Comprarlas

Google puede eliminar esas reseñas y, en determinados casos, aplicar restricciones al perfil. Además, una ficha llena de cinco estrellas sin comentarios reales no convence a quien la lee.

Una mala reseña no tiene por qué ser un problema

Una respuesta profesional demuestra a futuros clientes cómo gestionas un problema. Lo importante es que las reseñas sigan siendo reales y representativas de la experiencia de tus clientes.

Fuente: política de contenido prohibido y restringido de Google Maps.

Paso 4

Responder a todas

Tu respuesta no la lee solo quien escribió: la lee el siguiente cliente que está decidiendo. Google recomienda responder porque demuestra que el negocio valora a sus clientes. GOOGLE LO CONFIRMA

Responder reseñas ayuda principalmente a transmitir confianza y demostrar que el negocio está atendido. **No debe entenderse como una garantía de subir posiciones.**

A una buena reseña: corta y personal

Su nombre, algo concreto de lo que hiciste y una despedida, sin copiar y pegar.

★★★★★ · EJEMPLO

"¡Gracias, Lucía! Nos alegra que las mechas te quedaran justo como querías. Aquí estamos para la próxima. Un abrazo, Ana."

A una mala reseña: reconocer, no discutir

- Contesta con calma, al día siguiente si hace falta.
- Da las gracias por avisar y reconoce lo que haya de cierto.
- No discutas en público ni des datos del cliente.
- Ofrece seguir la conversación por privado, con un correo o teléfono.

★★ · EJEMPLO

"Hola, Javier. Sentimos que el sábado tuvieras que esperar tanto; no es lo que queremos para nadie. Nos gustaría saber qué pasó exactamente: escríbenos a hola@tunegocio.es y lo hablamos. Un saludo, Pedro."

Objetivo NORNORTE RECOMIENDA

Responder **todas** las reseñas, buenas y malas, en pocos días. Si tienes reseñas antiguas sin contestar, empieza por las más recientes.

N

Cómo lo hacemos en Nornorte

Respondemos cada reseña nueva con el tono de tu negocio. Las de 4 y 5 estrellas, de forma automática cada semana. Las de 1 a 3 estrellas las revisa una persona antes de publicarlas.

Paso 4 · Continuación

Lo que te dicen tus reseñas

Tus reseñas, y las de tu competencia, son la encuesta de clientes más sincera y gratuita que vas a tener.

Haz el recuento de temas NORNORTE RECOMIENDA

Lee tus últimas 20 o 30 reseñas y haz una raya cada vez que se mencione un tema. Repite con el negocio que sale primero en tu zona.

Tema	Elogian (tú)	Critican (tú)	Elogian (el 1.º)	Critican (el 1.º)
Trato y amabilidad				
Calidad del trabajo				
Precio				
Espera o puntualidad				
Local y limpieza				

Lo que elogian

Úsalo en tu descripción y en tus publicaciones: es lo que de verdad te diferencia.

Lo que critican

Es trabajo para el negocio, no para la ficha. Si se repite, merece atención.

Las quejas del 1.º

Si tú lo haces bien, cuéntalo en tu ficha. Sin nombrarle nunca.

Tu ritmo de respuesta NORNORTE RECOMIENDA

Dos cifras sencillas para saber si estás atendiendo tus reseñas: **qué porcentaje has respondido** en los últimos tres meses y **cuántos días tardas** de media. Calcula las mismas para los tres primeros de tu zona.

40 %	65 %	9 días	4 días
Tú, respondidas	**Los 3 primeros**	**Tú, en responder**	**Los 3 primeros**

Ejemplo ilustrativo. La meta es el 100 % y en pocos días.

N **Cómo lo hacemos en Nornorte**

Cada mes resumimos en tu informe qué elogian y critican tus clientes y los de tu competencia. Tu ritmo de respuesta, frente a los tres primeros, está en tu panel.

Paso 5

Una ficha al día

Una ficha sin contenido reciente puede transmitir una imagen menos cuidada al cliente. Mantenerla al día no significa publicar por publicar: la prioridad es que el contenido sea útil, real y coherente con tu negocio.

Publicaciones: una frecuencia orientativa

NORNORTE RECOMIENDA

Google no establece una frecuencia de publicaciones que garantice un mejor posicionamiento. En Nornorte recomendamos **una publicación por semana** porque permite comunicar novedades y mantener la ficha útil para quien la visita.

- **Corta:** tres o cuatro frases bastan.
- **Con una foto real** tuya, no de un banco de imágenes.
- **Sin datos de contacto en el texto** si no son necesarios: usa los botones de acción de la publicación cuando estén disponibles.

Doce ideas para todo un año

Mes	Idea	Mes	Idea
Enero	Horario y novedades del año	Julio	Horario de verano
Febrero	Presenta a alguien del equipo	Agosto	Vacaciones: cuándo cerráis y volvéis
Marzo	Un antes y después de un trabajo	Septiembre	Servicio de vuelta a la rutina
Abril	Horario de Semana Santa	Octubre	Un trabajo del que estéis orgullosos
Mayo	Responde una pregunta frecuente	Noviembre	Encargos o reservas para Navidad
Junio	Novedad o producto de temporada	Diciembre	Horario de fiestas y felicitación

Fotos nuevas

NORNORTE RECOMIENDA

Sugerimos un par de fotos al mes. No existe una cantidad mensual de fotos que garantice una mejora del posicionamiento; la prioridad es que sean reales, actuales y útiles para el cliente.

N

Cómo lo hacemos en Nornorte

Preparamos y publicamos las novedades de tu ficha cada semana, con tus fotos y tu forma de hablar.

Paso 5 · Continuación

Vigila tu ficha

Tu ficha puede cambiar sin que tú toques nada. Y un horario equivocado un día de fiesta es una reseña negativa esperando a ocurrir.

Otros pueden cambiar tu ficha GOOGLE LO CONFIRMA

Cualquier usuario puede sugerir cambios en tu ficha (horario, teléfono, web, categoría, incluso marcarla como cerrada) y Google puede actualizarla con información de otras fuentes. Normalmente lo avisa en tu perfil, pero es fácil no verlo a tiempo.

Revisión semanal de dos minutos NORNORTE RECOMIENDA

- Nombre y categoría principal.
- Horario y horario especial.
- Teléfono y web.
- Dirección y punto del mapa.
- Que no aparezca como "cerrado".
- Cambios pendientes de revisar en tu perfil.

Los festivos, con antelación NORNORTE RECOMIENDA

Unos días antes de cada festivo, pon el **horario especial** aunque abras como siempre: así quien busca sabe a qué atenerse. Apunta en tu calendario:

Nacionales	Año Nuevo, Reyes, Viernes Santo, 1 de mayo, 15 de agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 6 y 8 de diciembre y Navidad.
De tu comunidad	El día de tu comunidad autónoma y los que fije cada año (por ejemplo, Jueves Santo en muchas).
De tu localidad	Fiestas locales, feria y patrón. Son los que más se olvidan.
Tuyos	Vacaciones, puentes, inventario, cierres por obras.

Tus fotos frente a las de los tres primeros NORNORTE RECOMIENDA

Cuenta cuántas fotos tiene cada ficha, de cuándo es la más reciente y cuántas han subido sus clientes. No lo planteamos como algo que te suba en el mapa, sino como la imagen que se lleva quien compara: una ficha con fotos de hace cuatro años transmite abandono.

N **Cómo lo hacemos en Nornorte**

Cada semana comparamos tu ficha con la de la semana anterior y nos salta un aviso si alguien ha cambiado algo, si llega una reseña negativa o si bajas en el mapa. También te recordamos los festivos con antelación.

Paso 6

Más allá de Google: otros mapas y tu web

No todo el mundo busca en Google Maps. Quien tiene iPhone y le pregunta a Siri o abre Mapas ve **Apple Maps**; otros llegan por Bing, Facebook o un directorio.

Otros mapas y directorios

NORNORTE RECOMIENDA

Dónde	Por qué	Cómo
Apple Maps	Mapas y Siri en iPhone, iPad y Mac.	Apple Business Connect, gratis.
Bing Places	Buscador Bing y Windows.	Gratis; puede importar los datos de tu ficha de Google.
Facebook e Instagram	Muchos clientes buscan ahí el horario.	Página de empresa con dirección y horario.
Páginas Amarillas y directorios de tu sector	Tripadvisor para bares y restaurantes, directorios de clínicas, etc.	Reclama o crea tu ficha gratuita.

Los mismos datos en todas partes

Nombre, dirección y teléfono escritos igual en la ficha de Google, en tu web y en cada directorio. Si cambias de horario o de teléfono, cámbialo en todos: un dato viejo en Apple Maps manda clientes a una puerta cerrada.

Tu web, si la tienes

- **Los mismos datos que tu ficha**, visibles en todas las páginas (por ejemplo, en el pie).
- **Que vaya bien en el móvil.** Pega tu dirección en **PageSpeed Insights** (pagespeed.web.dev, gratis) y mira la nota para móvil. Si sale en rojo, coméntalo con quien te hizo la web.
- **Datos estructurados de negocio local.** Google documenta un marcado (LocalBusiness) que le ayuda a leer tu nombre, dirección y horario. Pregunta a quien lleva tu web si lo tiene.
  GOOGLE LO CONFIRMA
- **Que el enlace de tu ficha lleve a la página correcta** y no a una que ya no existe.

N

Cómo lo hacemos en Nornorte

En la puesta en marcha revisamos tu presencia en otros mapas y directorios con una lista de comprobación, y analizamos tu web: datos, velocidad en el móvil y datos estructurados.

Paso 7

¿Te recomienda la inteligencia artificial?

Cada vez más gente pregunta a ChatGPT, a Gemini o a las respuestas con IA de Google "¿cuál es la mejor peluquería en Córdoba?". Merece la pena saber qué contestan.

Hazte la prueba una vez al mes

NORNORTE RECOMIENDA

Escribe estas preguntas tal cual, cambiando el servicio y la localidad, y apunta si apareces y a quién recomiendan:

Pregunta	ChatGPT	Google (IA)	A quién recomienda
"Mejor [servicio] en [localidad]"			
"¿Dónde puedo [lo que necesita el cliente] en [localidad]?"			
"[Servicio] cerca de [barrio o sitio conocido]"			

Tómalo como un termómetro

OBSERVACIÓN DE NORNORTE

Las respuestas cambian de un día a otro y de una persona a otra, y nadie sabe exactamente cómo eligen estos asistentes. Nadie puede garantizarte que te recomienden, y desconfía de quien te lo venda.

Qué está en tu mano

NORNORTE RECOMIENDA

Estos asistentes se apoyan en información pública de internet. No conocemos atajos que funcionen de forma demostrada; lo sensato es lo mismo que en el resto de la guía:

- **Datos completos y coherentes** en tu ficha, tu web y los directorios.
- **Reseñas reales** en las que tus clientes cuenten qué les hiciste y dónde.
- **Una web que explique en texto claro** qué haces, para quién y en qué localidad. Sin listas de palabras sueltas.

N

Cómo lo hacemos en Nornorte

Cada mes preguntamos a ChatGPT y a Google por tu servicio en tu localidad y te contamos si te mencionan y a quién recomiendan.

Paso 8

Medir la evolución

Sin medir no sabes si estás avanzando. Basta con media hora al mes.

Repite tu mapa una vez al mes

NORNORTE RECOMIENDA

Con **la misma búsqueda, el mismo día de la semana, a la misma hora y con el local abierto**. Si cambias cualquiera de esas cosas, los resultados no se pueden comparar. Apunta sobre todo tu **cuota de visibilidad**: en cuántas zonas sales entre los tres primeros, y la de tus tres competidores.

Las cifras de tu ficha que importan

En tu Perfil de Empresa, en el apartado de rendimiento, Google muestra qué hace la gente cuando ve tu ficha. Fíjate sobre todo en tres:

Llamadas

Veces que se ha pulsado "Llamar" desde tu ficha.

Cómo llegar

Solicitudes de indicaciones para llegar a tu local.

Clics en la web

Visitas a tu web desde la ficha.

Los datos aparecen con unos días de retraso. Compara siempre meses completos.

¿Cuánta gente busca lo que vendes?

NORNORTE RECOMIENDA

Pone contexto a todo lo demás: no es lo mismo una búsqueda que se hace 30 veces al mes en tu pueblo que una que se hace 600. El **Planificador de palabras clave de Google Ads** da una cifra aproximada gratis (necesitas una cuenta, no hace falta pagar anuncios). Con mirarlo una vez por trimestre basta.

Cuánto tarda en notarse

Los cambios en visibilidad pueden tardar semanas o meses en reflejarse y varían según la zona, la competencia, el estado inicial de la ficha y otros factores. Por eso **medimos la evolución periódicamente en lugar de prometer un plazo concreto**.

Paso 8 · Continuación

Tu rutina

Todo lo de esta guía, ordenado por frecuencia. Pégalo junto a la caja registradora.

NORNORTE RECOMIENDA

Cada día	Mirar si hay reseñas nuevas y contestarlas. 2-5 minutos.
Cada semana	Publicar una novedad, invitar a los clientes a opinar como hábito y revisar que nadie haya cambiado tu ficha. 15-20 minutos.
Antes de cada festivo	Poner el horario especial en Google y, si cambia, en los demás sitios donde estés. 5 minutos.
Cada mes	Subir fotos, repetir el mapa, apuntar las cifras de la ficha, hacer el recuento de temas de las reseñas nuevas y preguntar a la IA por tu servicio. 45-60 minutos.
Cada trimestre	Revisar horario, servicios y categorías frente a los tres primeros, comprobar Apple Maps, Bing y directorios, y mirar cuánta gente busca lo que vendes. 30-40 minutos.
Una vez	Completar la ficha, darte de alta en otros mapas y revisar tu web. 2-3 horas.

¿Y si un mes no llegas a todo?

Prioriza en este orden: responder reseñas, horario correcto (sobre todo en festivos) y pedir reseñas nuevas. Lo demás puede esperar una semana; eso no.

N

Cómo lo hacemos en Nornorte

Escaneamos tus 25 zonas cada semana en las mismas condiciones, y si tiene sentido con más de una búsqueda. Tienes tus cifras en tu panel y cada mes te enviamos un informe sencillo: qué hemos hecho, qué ha mejorado, qué ha empeorado y cuál es la próxima acción.

11 · LO QUE NO HAY QUE HACER

Errores que perjudican tu ficha

Los vemos a menudo en negocios de barrio. Algunos son descuidos; otros van contra las normas de Google.

Error	Por qué perjudica
Meter palabras clave o la ciudad en el nombre	Va contra las directrices de Google y puede llevar a la suspensión de la ficha.
Tener la ficha sin verificar o en manos de otro	No puedes responder, actualizar ni ver las cifras. Si la gestionó un antiguo proveedor, recupera el acceso.
Fichas duplicadas	Pueden dividir la información y generar confusión. Google no permite perfiles duplicados del mismo negocio.
Horario sin actualizar	Clientes que encuentran la persiana bajada y reseñas negativas por ello.
Una categoría demasiado genérica	A Google le resulta más difícil entender qué haces exactamente.
Reseñas falsas, compradas o con regalo	Prohibido. Google puede eliminarlas y aplicar restricciones al perfil.
No contestar las críticas	El siguiente cliente verá la queja sin una respuesta del negocio que aporte contexto.
Fotos de internet o de hace años	Generan desconfianza cuando el cliente llega y el local no se parece.
Datos distintos en cada sitio	Si el teléfono o la dirección no coinciden en la ficha, la web y las redes, confundes al cliente.
No mirar si alguien ha cambiado tu ficha	Un horario o un teléfono cambiado por una sugerencia ajena puede estar semanas mal sin que lo sepas.
Estar solo en Google	Una ficha olvidada en Apple Maps o en un directorio, con datos viejos, manda clientes a la puerta equivocada.
Dejarlo a los dos meses	La ficha vuelve a quedarse desactualizada y la competencia que sigue trabajando puede adelantarte.

12 · CINCO MINUTOS

Autodiagnóstico: puntúa tu ficha

Marca cada pregunta. Cada respuesta afirmativa suma 4 puntos a este autodiagnóstico orientativo (25 preguntas, 100 puntos). Están ordenadas por prioridad: **tu próxima tarea es la primera a la que contestes "no"**. NORNORTE RECOMIENDA

01 Lo básico

1	¿Tu ficha está verificada y la gestionas tú o alguien de tu confianza?	☐ Sí ☐ No
2	¿El nombre de la ficha es exactamente el nombre real del negocio, sin añadidos?	☐ Sí ☐ No
3	¿Hay una sola ficha de tu negocio, sin duplicados?	☐ Sí ☐ No
4	¿El horario está al día, incluidos festivos y vacaciones?	☐ Sí ☐ No
5	¿La categoría principal es la más concreta que describe lo que haces?	☐ Sí ☐ No

02 Reseñas

6	¿Invitas de forma habitual a tus clientes a dejar una reseña genuina?	☐ Sí ☐ No
7	¿Has recibido alguna reseña nueva en las dos últimas semanas?	☐ Sí ☐ No
8	¿Están respondidas todas las reseñas de los últimos tres meses?	☐ Sí ☐ No
9	¿Tienes al menos tantas reseñas como el tercer negocio de tu zona?	☐ Sí ☐ No
10	¿Tu nota media es de 4,5 o superior? (referencia orientativa*)	☐ Sí ☐ No

03 Ficha completa

11	¿Tienes categorías secundarias para los servicios reales que ofreces?	☐ Sí ☐ No
12	¿Están rellenados tus servicios o productos, con palabras de cliente?	☐ Sí ☐ No
13	¿La descripción dice qué haces, dónde y qué te diferencia?	☐ Sí ☐ No
14	¿Tienes fotos propias de fachada, interior y trabajo hecho?	☐ Sí ☐ No
15	¿Coinciden nombre, dirección y teléfono en la ficha, la web y las redes?	☐ Sí ☐ No

* 4,5 es una referencia de Nornorte, no un requisito de Google. Sigue en la página siguiente →

04 Tu competencia y fuera de Google

16	¿Sabes qué negocios salen entre los tres primeros y qué categoría principal usan?	☐ Sí ☐ No
17	¿Revisas cada semana que nadie haya cambiado los datos de tu ficha?	☐ Sí ☐ No
18	¿Estás en Apple Maps y Bing con los mismos datos que en Google?	☐ Sí ☐ No
19	¿Tu web (o la página a la que enlaza tu ficha) va bien en el móvil y tiene los mismos datos?	☐ Sí ☐ No
20	¿Sabes qué responde un asistente de IA cuando preguntan por tu servicio en tu localidad?	☐ Sí ☐ No

05 Actividad y medición

21	¿Has publicado algo en la ficha en las dos últimas semanas?	☐ Sí ☐ No
22	¿Has subido alguna foto nueva en el último mes?	☐ Sí ☐ No
23	¿Sabes qué elogian y qué critican tus clientes en sus reseñas?	☐ Sí ☐ No
24	¿Sabes en cuántas zonas de tu localidad sales entre los tres primeros?	☐ Sí ☐ No
25	¿Miras cada mes las llamadas y las peticiones de "Cómo llegar"?	☐ Sí ☐ No

Tu puntuación _____ / 100

0 a 40 puntos
Hay mucho por ganar. Empieza por lo básico: preguntas 1 a 5.

44 a 72 puntos
Buena base. Falta constancia en reseñas y actividad.

76 a 100 puntos
Vas bien. Toca medir cada mes y mantener el ritmo.

Mi próxima tarea (primera respuesta "no"): pregunta nº _____

13 · SI PREFIERES QUE LO HAGAMOS NOSOTROS

¿Y si no tienes tiempo?

Todo lo que has leído se puede hacer solo. Pero lleva horas, constancia y saber qué mirar, y tú ya tienes un negocio que atender.

Un solo negocio por zona. Y no te prometemos el puesto número 1

Trabajamos con **un solo negocio de cada tipo en cada zona**: si te elegimos a ti, no trabajamos con tu competencia. Lo que sí te prometemos es trabajo real, medición y transparencia: dónde estás, qué hacemos y cómo evoluciona.

Lo que hacemos cada mes

01 Medimos
Escaneo de 25 zonas cada semana y tu cuota de visibilidad frente a tus tres principales competidores.

02 Optimizamos
Categorías comparadas con los tres primeros, servicios, horarios y fotos.

03 Mantenemos
Una publicación por semana y el horario especial de cada festivo.

04 Gestionamos reseñas
Respondemos todas tus reseñas nuevas; las negativas se revisan antes de publicarse.

05 Facilitamos reseñas nuevas
1 tarjeta NFC incluida, vinculada a tu enlace de reseñas.

06 Vigilamos tu ficha
Avisos si alguien la cambia, si llega una reseña negativa o si bajas en el mapa.

07 Miramos fuera de Google
Otros mapas, directorios, tu web y, cada mes, si la IA te menciona.

08 Te enseñamos los resultados
Panel con tus cifras e informe mensual con los temas de tus reseñas y la próxima acción.

NUESTRO PRECIO

78,50 € + IVA/mes

Puesta en marcha: 319 € + IVA

Sin permanencia

EL PRIMER PASO

Comprueba si tu zona está libre

Una plaza por tipo de negocio y zona: el municipio entero si tiene menos de 100.000 habitantes, 2 km alrededor del negocio hasta 500.000 y 1 km en las ciudades más grandes. Si está libre, empezamos con un análisis de oportunidad gratis, que te quedas aunque no contrates:

- **Escaneo de 25 zonas** alrededor de tu local, con el mapa de tu barrio en colores.
- Las cifras del paso 1 y cómo estás frente a los negocios que aparecen por encima de ti, con sus categorías.
- **Cuánto dinero estás dejando de ganar** al mes y al año, calculado con las búsquedas reales de tu zona.

Condiciones claras

- Para trabajar tu ficha necesitamos **acceso como administrador**. La ficha sigue siendo tuya y puedes retirarnos el acceso cuando quieras.
- **Sin permanencia:** 319 € + IVA de puesta en marcha (el primer mes) y 78,50 € + IVA al mes desde el segundo. Cancelas cuando quieras.
- **Exclusividad:** mientras estés de alta, no trabajamos con otro negocio de tu mismo tipo en tu zona. Si está ocupada, te apuntamos en lista de espera.
- Antes de empezar te enviamos las **condiciones completas del servicio** por escrito.

¿Está libre tu zona?

Envíanos el nombre de tu negocio, a qué se dedica y su dirección. Te contestamos en 1 día laborable.

COMPROBAR MI ZONA

www.nornorte.es

gerencia@nornorte.es

Ninguna empresa puede garantizar un puesto concreto en Google, y nosotros tampoco lo hacemos: nos comprometemos con el trabajo y con medirlo con honestidad.

Nornorte es una empresa independiente y no está afiliada, patrocinada ni respaldada por Google. Google y Google Maps son marcas de Google LLC. Los ejemplos de esta guía son ilustrativos salvo que se indique lo contrario.