

— PLAN GRATIS • PARA CONTRATISTAS

El plan de 30 días para que lo encuentren

Una tarea de 10 minutos al día para su Perfil de Empresa de Google y donde más lo buscan. Hágalas en orden, marque cada una, y el día 30 verá la diferencia usted mismo.

ANTES DE EMPEZAR

- **Necesita:** su celular, la cuenta de Google que usa para el negocio (o una nueva que va a conservar) y 10 minutos.
- **Una al día, en orden.** ¿Se le pasó un día? Haga dos mañana. No pasa nada.
- **La verificación depende de Google,** que dice que su revisión puede tardar hasta 5 días hábiles. Empieza el Día 1, así que siga adelante mientras corre.
- **Las pantallas cambian.** Google mueve sus botones. Si un paso no coincide con lo que ve, busque las mismas palabras cerca, o revise la fuente al final.

LOS 30 DÍAS DE UN VISTAZO

- | | |
|--|---|
| ☐ DÍA 1 Reclame su ficha y empiece la verificación | ☐ DÍA 2 Su nombre real, nada de más |
| ☐ DÍA 3 Elija con cuidado la categoría principal | ☐ DÍA 4 Zonas de servicio, no la dirección de su casa |
| ☐ DÍA 5 Horario, y un teléfono que le suene a usted | ☐ DÍA 6 Un servicio por cada trabajo que quiere |
| ☐ DÍA 7 Descripción, enlace a su sitio y revisión de la verificación | ☐ DÍA 8 Logo y foto de portada |
| ☐ DÍA 9 Elija 10 fotos de trabajos | ☐ DÍA 10 Súbalas |
| ☐ DÍA 11 El antes y el después | ☐ DÍA 12 Camioneta, cuadrilla y herramientas |
| ☐ DÍA 13 Haga de las fotos un hábito | ☐ DÍA 14 Publique su primera novedad |
| ☐ DÍA 15 Consiga su enlace de reseñas | ☐ DÍA 16 Haga la lista |
| ☐ DÍA 17 Mande la solicitud | ☐ DÍA 18 Hágalo parte de cada trabajo |
| ☐ DÍA 19 Responda cada reseña | ☐ DÍA 20 Prepárese para una reseña mala |
| ☐ DÍA 21 Conozca las reglas que cuestan dinero | ☐ DÍA 22 Escriba su versión oficial |
| ☐ DÍA 23 Bing, y Apple si tiene local | ☐ DÍA 24 Arregle las demás fichas |
| ☐ DÍA 25 Búsquese como un cliente | ☐ DÍA 26 Estudie a los tres primeros |
| ☐ DÍA 27 Que no se le pase ninguna reseña | ☐ DÍA 28 Su rutina mensual de 10 minutos |
| ☐ DÍA 29 La prueba de los dos toques | ☐ DÍA 30 Califíquese, y elija el siguiente trabajo |

Sea dueño de su ficha

Siete arreglos a la ficha, en orden. La verificación le puede tomar a Google unos días, así que empieza hoy.

DÍA 1 ⌚ 10 MIN



Reclame su ficha y empiece la verificación

Por qué: Google dice que los clientes solo encuentran su perfil después de verificarlo, y su revisión puede tardar hasta 5 días hábiles. Empezar hoy deja que los otros 29 días avancen.

HAGA ESTO

- 1 Entre con una cuenta de Google que el negocio va a conservar (Google sugiere un correo de empresa) y vaya a **business.google.com**.
- 2 Busque el nombre de su negocio. ¿Ya existe y alguien más lo verificó? **Pida la propiedad**. ¿No existe? Agréguelo. Un solo perfil: Google puede suspender los duplicados.
- 3 Empiece la verificación que Google le ofrezca. Si le pide un video, la lista de tomas está en nuestra **guía del Perfil de Empresa de Google**.
- 4 Anote qué cuenta de Google es dueña del perfil, y guarde ese acceso donde el negocio lo encuentre, no solo en un celular.

DÍA 2 ⌚ 10 MIN



Su nombre real, nada de más

Por qué: Las reglas de Google no permiten palabras clave ni pueblos de más en el nombre del negocio, y dicen que puede suspender un perfil por eso.

HAGA ESTO

- 1 Abra su perfil y lea el nombre tal como lo muestra Google.
- 2 Compárelo con su camioneta, sus facturas y sus papeles. Debe coincidir palabra por palabra.
- 3 Quite lo que sobre, como "El Mejor Techador de Gurnee" o "Techos y Canaletas 24/7", y guarde.

DÍA 3 ⌚ 10 MIN



Elija con cuidado la categoría principal

Por qué: Google dice que sus categorías afectan su posición local. Es la decisión más importante del perfil.

HAGA ESTO

- 1 Elija la categoría principal más específica para lo que su negocio es: "Roofing contractor" o "Concrete contractor", no solo "Contractor".
- 2 Agregue más categorías solo por otros oficios que de verdad hace, las menos posibles.
- 3 Hágalo bien ahora: Google dice que cambiarla después puede significar verificar otra vez.

DÍA 4 ⌚ 10 MIN



Zonas de servicio, no la dirección de su casa

Por qué: Google dice que un negocio de servicios sin local debe ocultar su dirección y poner en su lugar las zonas que atiende.

HAGA ESTO

- 1 ¿Los clientes no van a su local? Conteste **No** a tener un lugar que los clientes puedan visitar, así la dirección de su casa queda oculta.
- 2 Ponga las ciudades o códigos postales donde quiere trabajo: **hasta 20**, a unas **2 horas en carro** de donde tiene su base.
- 3 Nada de radio (Google ya no lo permite), apartados postales ni oficinas virtuales (no se aceptan).

DÍA 5 ⌚ 10 MIN



Horario, y un teléfono que le suene a usted

Por qué: Las reglas de Google piden un número local que usted controla, no un centro de llamadas. El horario le dice al cliente si vale la pena llamar ahora.

HAGA ESTO

- 1 Ponga las horas en que de verdad contesta el teléfono, no las que le gustaría.
- 2 Llame al número de su perfil desde otro teléfono. Si no le suena a usted, arréglole hoy.
- 3 ¿Cierra por un día festivo? Agréguelo como horario especial, para que nadie llame y se quede con la duda.

DÍA 6 ⌚ 10 MIN



Un servicio por cada trabajo que quiere

Por qué: Google dice que relaciona las búsquedas con perfiles de información completa y detallada. Las categorías dicen lo que usted es; los servicios, lo que hace.

HAGA ESTO

- 1 Abra Servicios y agregue cada tipo de trabajo por el que quiere llamadas: techos nuevos, reparaciones, canaletas, daños por tormenta.
- 2 Dele a cada uno una línea sencilla, como lo explicaría por teléfono.
- 3 Empiece por el trabajo que mejor paga, y deje fuera el que no quiere.

DÍA 7 ⌚ 10 MIN



Descripción, enlace a su sitio y revisión de la verificación

Por qué: Su perfil es donde el cliente lo revisa antes de llamar, y las reglas de Google piden un sitio web que represente su negocio, no un enlace que mande a la gente a otro lado.

HAGA ESTO

- 1 Escriba la descripción en 2 o 3 frases sencillas: qué hace, en qué pueblos y desde cuándo. Nada de “el mejor” ni listas de palabras clave.
- 2 Ponga su propio sitio en el campo del sitio web. ¿Todavía no tiene? Déjelo por ahora; el Día 29 trata de eso.
- 3 Revise la verificación. ¿Rechazada, o pendiente después de 5 días hábiles? Toque **Review issues**, corrija lo que Google dice que faltó e intente otra vez, o pruebe otro método de su perfil.

Muestre su trabajo

Google pone las fotos y los videos entre sus consejos para la posición local, porque le muestran al cliente lo que usted hace. Esta semana llena su perfil de trabajo real.

DÍA 8 ⌚ 10 MIN



Logo y foto de portada

Por qué: Son las primeras fotos de su perfil. Un logo en blanco o una foto de catálogo le dicen al cliente que nadie lo atiende.

HAGA ESTO

- 1 Suba su logo, el mismo de su camioneta.
- 2 Para la portada, use un trabajo terminado del que esté orgulloso, o su camioneta rotulada. Nada de fotos de catálogo; el cliente se da cuenta.
- 3 Revise cómo se ven las dos en su celular. Ahí es donde la gente las va a ver.

DÍA 9 ⌚ 10 MIN



Elija 10 fotos de trabajos

Por qué: Diez es nuestra regla, no la de Google: suficientes para mostrar lo que hace, sin pasar un fin de semana escogiendo.

HAGA ESTO

- 1 Revise las fotos de su celular, busque trabajos terminados del último año y marque 10 buenas como favoritas.
- 2 Que sean variadas: distintos tipos de trabajo, distintos pueblos, de cerca y de lejos.
- 3 Deje fuera las que tengan la cara de un cliente, el número de su casa o una placa.

DÍA 10 ⌚ 10 MIN



Súbalas

Por qué: Google pone las fotos entre sus consejos para la posición local, porque le muestran al cliente lo que usted hace.

HAGA ESTO

- 1 Abra la sección de fotos de su perfil y suba las 10 que escogió.
- 2 Suba la foto en sí, no una captura de pantalla, para que se vea nítida.
- 3 Si Google rechaza alguna, cámbiela por la que sigue.

DÍA 11 ⌚ 10 MIN



El antes y el después

Por qué: Un antes junto a un después muestra todo el trabajo de un vistazo.

HAGA ESTO

- 1 Busque 2 trabajos de los que tenga el antes y el después, más o menos desde el mismo lugar.
- 2 Suba cada par, uno tras otro.
- 3 ¿No tiene fotos del antes? Empiece hoy: una foto al llegar a cada trabajo.

DÍA 12 ⌚ 10 MIN



Camioneta, cuadrilla y herramientas

Por qué: Muestran un negocio real que trabaja, que es lo mismo que Google pide ver cuando verifica un negocio por video.

HAGA ESTO

- 1 Tome 3 fotos hoy: la camioneta rotulada, su cuadrilla trabajando (pídales permiso primero) y su remolque o sus herramientas.
- 2 Con luz de día, de lejos lo suficiente para ver qué es, sin filtros.
- 3 Súbalas.

DÍA 13 ⌚ 10 MIN



Haga de las fotos un hábito

Por qué: Un perfil con fotos de este mes se ve como un negocio activo. Nuestra regla: al menos una foto nueva de trabajo por semana.

HAGA ESTO

- 1 Ponga un recordatorio semanal en su celular: "Foto de trabajo a Google."
- 2 Al terminar cada trabajo, tome una foto de lejos del trabajo terminado antes de recoger.
- 3 Cuando suene el recordatorio, suba la mejor. Dos minutos.

DÍA 14 ⌚ 10 MIN



Publique su primera novedad

Por qué: Las publicaciones salen en su perfil, y Google le deja agregar un botón de **Llamar** con su número verificado.

HAGA ESTO

- 1 Abra su perfil y cree una publicación (Google las llama novedades o updates).
- 2 Use una foto de un trabajo de esta semana y dos líneas sencillas: qué hizo y en qué pueblo.
- 3 Agregue el botón de **Llamar** en vez de escribir su número: Google dice que puede quitar publicaciones con teléfonos o correos escritos.

Reseñas, como Google lo permite

Google dice que más reseñas y buenas calificaciones pueden ayudar a su posición local. Esta semana arma una rutina para pedirle a cada cliente, de la misma forma.

DÍA 15 ⌚ 10 MIN



Consiga su enlace de reseñas

Por qué: Google le da a su perfil un enlace y un código QR que le abren al cliente la ventana para dejar la reseña. Toda la solicitud en un toque.

HAGA ESTO

- 1 En su perfil, busque la opción para pedir reseñas y copie el enlace.
- 2 Guárdelo donde lo pueda pegar rápido: una nota o un atajo de texto en su celular.
- 3 Descargue también el código QR, para sus tarjetas y facturas.

DÍA 16 ⌚ 10 MIN



Haga la lista

Por qué: Google no permite pedirle solo a los clientes contentos, así que la lista es de todos, no solo de los que le cayeron bien.

HAGA ESTO

- 1 Anote a cada cliente de los últimos 3 meses, con su teléfono o su correo.
- 2 No los separe según quién quedó contento. Todos reciben la misma solicitud.
- 3 Tache a quien ya le dejó una reseña.

DÍA 17 ⌚ 10 MIN



Mande la solicitud

Por qué: Las mismas palabras sencillas para todos, sin ofrecer nada, sin pedir estrellas ni palabras específicas. Esa es la solicitud que Google permite.

HAGA ESTO

- 1 Copie el mensaje de abajo, llene los [corchetes] y mándelo a las primeras 10 personas de su lista.
- 2 Mande el resto en los dos días siguientes, para que no parezca un envío masivo.
- 3 Nunca ofrezca un descuento, una tarjeta de regalo ni nada más a cambio de una reseña.

MENSAJE PARA MANDAR

Hola, [Nombre], soy [Su nombre] de [Empresa]. Gracias otra vez por confiarnos su [trabajo]. Si tiene un minuto, le agradeceríamos una reseña honesta en Google: [enlace de reseñas]

DÍA 18 ⌚ 10 MIN



Hágalo parte de cada trabajo

Por qué: La revisión final es la solicitud más fácil que va a hacer: el cliente está parado junto al trabajo terminado.

HAGA ESTO

- 1 Use las palabras de abajo en cada revisión final, y entregue una tarjeta con su código QR.
- 2 Ponga el código QR al pie de su factura con una línea sencilla: "Una reseña honesta en Google nos ayuda." Sin ninguna oferta impresa.
- 3 Mande el mensaje del Día 17 el mismo día que termina cada trabajo.

QUÉ DECIR EN LA REVISIÓN FINAL

Gracias por llamarnos. Si tiene un minuto esta semana, ¿nos dejaría una reseña en Google? Una honesta, buena o mala, nos ayuda a nosotros y al próximo cliente. El enlace está en esta tarjeta.

DÍA 19 ⌚ 10 MIN



Responda cada reseña

Por qué: Google dice que responder muestra que valora la opinión del cliente. Sus consejos: corto, por su nombre, algo específico y firmado.

HAGA ESTO

- 1 Abra sus reseñas y conteste cada una que le falte, empezando por la más nueva.
- 2 Diga algo específico de su trabajo en vez del mismo agradecimiento cada vez.
- 3 Que sean 2 o 3 líneas, firmadas con su nombre.

RESPUESTA A UNA RESEÑA DE 5 ESTRELLAS

Gracias, [Nombre]. [Una línea sobre su trabajo, como: Qué bueno que las canaletas nuevas aguantaron la tormenta del sábado.] Le agradecemos que nos haya llamado. – [Su nombre], [Empresa]

DÍA 20 ⌚ 10 MIN



Prepárese para una reseña mala

Por qué: Una respuesta tranquila le dice más de usted al siguiente cliente que la queja.

HAGA ESTO

- 1 ¿Tiene una mala? Contéstela hoy con la respuesta de abajo. ¿Ninguna todavía? Guárdela para el día que la necesite.
- 2 Reconozca los errores que fueron suyos, solo esos, y lleve los detalles a una llamada. Ese también es el consejo de Google.
- 3 Nunca comparta sus datos privados, ni lo amenace, ni lo acuse de algo que sabe que es falso. El personal de la FTC dice que eso pasa la raya.

RESPUESTA A UN CLIENTE MOLESTO

[Nombre], lamento que su [trabajo] no saliera como esperaba. Quiero saber qué pasó y ver qué podemos hacer. Por favor llámeme al [teléfono]. – [Su nombre], dueño

DÍA 21 ⌚ 10 MIN



Conozca las reglas que cuestan dinero

Por qué: Google prohíbe ofrecer cualquier cosa a cambio de una reseña, y puede quitar las reseñas y restringir su perfil. La regla de la FTC sobre reseñas falsas permite multas civiles de hasta **\$53,088 por infracción** para los negocios que la rompan a sabiendas.

HAGA ESTO

- 1 Revise sus tarjetas, facturas, sitio web y camioneta por si hay una oferta tipo “déjenos una reseña y ahorre”, y quítela.
- 2 Nunca escriba reseñas para usted mismo, no las compre, ni le pida a amigos que reseñen trabajos que no les hizo.
- 3 ¿Ve una falsa en su perfil? Repórtela desde sus reseñas; Google dice que su evaluación suele tardar varios días.

Donde más lo buscan

Google no es el único lugar donde la gente revisa. Esta semana hace que su nombre, teléfono y sitio coincidan en todos lados donde lo puedan encontrar.

DÍA 22 ⌚ 10 MIN



Escriba su versión oficial

Por qué: Cada ficha debe decir lo mismo. Una versión oficial convierte el resto de esta semana en copiar y pegar.

HAGA ESTO

- 1 En una nota, escriba el nombre exacto de su negocio, su teléfono, su sitio web, los pueblos que atiende y su descripción del Día 7.
- 2 Abra su página de Facebook y hágala coincidir: nombre, teléfono, sitio web y zona de servicio.
- 3 Si tiene sitio web, ponga ese enlace en el campo del sitio de Facebook, no otra vez Facebook.

DÍA 23 ⌚ 10 MIN



Bing, y Apple si tiene local

Por qué: Bing tiene sus propias fichas en el mapa. Bing Places es gratis, y su versión nueva puede importar de su perfil de Google el nombre, el horario y los datos de contacto.

HAGA ESTO

- 1 Vaya a bing.com/forbusiness y entre con una cuenta de Microsoft.
- 2 Importe desde Google, ahora que su perfil de Google está limpio, y luego revise cada campo que copió, sobre todo la categoría.
- 3 ¿Tiene un local u oficina que los clientes visitan? Reclame también su ficha de Apple Maps en Apple Business Connect. Apple liga las fichas a un lugar físico, así que los negocios que trabajan solo desde la camioneta se lo pueden saltar.

DÍA 24 ⌚ 10 MIN



Arregle las demás fichas

Por qué: Un número equivocado en una ficha vieja manda a un cliente listo a una línea muerta.

HAGA ESTO

- 1 Busque en Google el nombre de su negocio y su teléfono, y anote cada sitio donde aparece: Yelp, Nextdoor, BBB, Angi, Houzz, la cámara de comercio.
- 2 Corrija el nombre, el teléfono y el sitio en cada uno donde pueda entrar, con su versión oficial.
- 3 ¿No puede entrar a alguno? Anótelo, y use después la opción de reclamar o de contacto de ese sitio.

DÍA 25 ⌚ 10 MIN



Búsquese como un cliente

Por qué: Así ve lo que ve el cliente, no lo que le muestra su cuenta. Google también mide la distancia, así que los resultados cambian según desde dónde busca.

HAGA ESTO

- 1 En su celular, abra una pestaña privada (incógnito) y busque "[su oficio] cerca de mí" y "[su oficio] [su pueblo]".
- 2 Tome captura de los resultados del mapa, y anote dónde sale usted, si sale.
- 3 Busque también el nombre de su negocio, y revise que el perfil, el teléfono y el sitio estén bien.

DÍA 26 ⌚ 10 MIN



Estudie a los tres primeros

Por qué: Google mide relevancia, distancia y prominencia. No puede mover su taller, pero sí puede cerrar las diferencias que vea en los perfiles que salen arriba de usted.

HAGA ESTO

- 1 Abra los tres primeros perfiles de la búsqueda de ayer.
- 2 De cada uno, anote: cuántas fotos, cuántas reseñas, qué tan nueva es la última reseña y si responden.
- 3 Encierre la diferencia que puede cerrar este mes.

DÍA 27 ⌚ 10 MIN



Que no se le pase ninguna reseña

Por qué: Los consejos de Google dicen que responda a tiempo, y no puede responder lo que nunca ve.

HAGA ESTO

- 1 Asegúrese de que la cuenta de Google dueña de su perfil esté abierta en su celular, con las notificaciones activadas.
- 2 Revise que los correos de Google sobre su perfil no le estén llegando a spam.
- 3 Póngase una regla: cada reseña contestada en uno o dos días.

DÍA 28 ⌚ 10 MIN



Su rutina mensual de 10 minutos

Por qué: El plan termina; el perfil no. Esto evita que todo lo que hizo se quede viejo.

HAGA ESTO

- 1 Ponga un recordatorio mensual para el primer lunes: "Perfil de Google."
- 2 Cuando suene: una publicación, cuatro fotos nuevas de trabajos, cada reseña contestada y el horario revisado.
- 3 Cada trabajo, cada semana: la solicitud en la revisión final y el mensaje ese mismo día.

El cierre: su sitio web

Todo lo anterior hace que lo encuentren. Estos dos días revisan qué pasa cuando alguien toca su sitio web.

DÍA 29 ⌚ 10 MIN



La prueba de los dos toques

Por qué: Desde Google, el cliente toca su sitio web. Si llamarle le cuesta más de un toque más, lo está haciendo trabajar de más.

HAGA ESTO

- 1 En su celular, abra su perfil de Google y toque su sitio web, como lo haría un cliente.
- 2 Revise tres cosas: ¿hay un botón de Llamar en la primera pantalla, esa pantalla dice su oficio y sus pueblos, y cargó rápido?
- 3 ¿Solo tiene página de Facebook, sin sitio web? Lea **lo que eso le cuesta**.

DÍA 30 ⌚ 10 MIN



Califíquese, y elija el siguiente trabajo

Por qué: Hace treinta días su perfil estaba a medias. Ahora puede ver qué funciona y qué no.

HAGA ESTO

- 1 Haga la **revisión del perfil** de 10 puntos de nuestra guía del Perfil de Empresa de Google, y anote su calificación.
- 2 Repita la búsqueda del Día 25 y compárela con sus capturas.
- 3 ¿Su sitio no pasó la prueba de ayer? Ese es el siguiente trabajo.
Le diseñamos la página principal gratis, para que vea la diferencia antes de pagar nada.

De dónde sale **cada regla.**

Revisado el 14 de octubre de 2026 en las páginas de ayuda y de políticas de Google, el sitio de la FTC, el eCFR (el texto oficial de las reglas federales), la ayuda de Apple Business Connect y el reporte de Search Engine Journal sobre el nuevo Bing Places. Un resumen en palabras sencillas, no asesoría legal. Google cambia seguido sus pantallas y reglas; si algo aquí no coincide con lo que usted ve, manda la página de Google.

1. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Sign up for Business Profile](#)
2. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Verify your business on Google](#)
3. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Verify your business with a video recording](#)
4. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Guidelines for representing your business on Google](#)
5. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Manage your business category](#)
6. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Manage your service areas for service-area & hybrid businesses](#)
7. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Tips to improve your local ranking on Google](#)
8. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Business Profile photos, videos & posts content policy](#)
9. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Create a Google link or QR code to request reviews](#)
10. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Tips to get more reviews](#)
11. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Manage customer reviews](#)
12. [Google Maps user contributed content policy: Fake & misleading content & behavior](#)
13. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Business Profile restrictions for policy violations](#)
14. [Google Business Profile Help \(ayuda\): Report inappropriate reviews on your Business Profile](#)
15. [FTC: Federal Trade Commission announces final rule banning fake reviews and testimonials \(August 14, 2024\)](#)
16. [FTC: Consumer Reviews and Testimonials Rule: Questions and Answers](#)
17. [eCFR: 16 CFR 1.98, Adjustment of civil monetary penalty amounts \(\\$53,088, for penalties assessed after January 17, 2025\)](#)
18. [Search Engine Journal: Microsoft launches new Bing Places for Business \(October 3, 2025\)](#)
19. [Apple Business Connect: Support \(ayuda\)](#)