Georgia Websites

# El SEO no está solo en su sitio web

Para el SEO (posicionamiento en buscadores), lo que usted publica en directorios como Yelp, Bing y Apple también importa. Los buscadores, las aplicaciones de mapas y los asistentes de IA conocen su negocio a partir de muchos lugares, no solo de su propio sitio. Aquí le explico qué fichas reclamar primero, cómo mantenerlas coherentes y cómo limpiar las antiguas.

## Qué es una ficha y por qué importa la coherencia

Una ficha (o "citación", del inglés "citation") es cualquier lugar en internet que muestra el nombre, la dirección y el número de teléfono de su negocio, conocidos como **NAP** (por sus siglas en inglés). Directorios, aplicaciones de mapas, sitios de reseñas y páginas en redes sociales: todos cuentan.

Google dice que arma los perfiles de empresa a partir de varias fuentes: lo que usted mismo ingresa, su propio sitio web y datos de terceros que usa con licencia. Bing puede copiar las fichas directamente de Google. Data Axle, una de las grandes empresas de datos de negocios, dice que envía las fichas a buscadores, directorios, sistemas de navegación de autos y asistentes virtuales. Sus datos viajan.

Por eso, un número de teléfono o una dirección antiguos en un sitio pueden pasar a otros. Los clientes llaman a un número que ya no funciona, y los buscadores ven dos versiones de usted. Tener datos coherentes no le garantiza una posición en los resultados, pero elimina la confusión y asegura que la gente que lo encuentra pueda comunicarse con usted.

## Paso 1: Anote sus datos oficiales

Decida exactamente cómo aparece su negocio y use esa versión en todas partes.

- **Nombre:** exactamente como en su letrero, su camioneta y sus facturas. Sin palabras clave ni nombres de ciudades agregados.
- **Dirección:** su dirección completa, con calle y número, tal como la escribe la oficina de correos. Elija un formato ("Suite 200" o "Ste 200", "Road" o "Rd") y manténgalo en todos los lugares que usted controle.
- **Teléfono:** un solo número local que suene en su negocio, el mismo en todos los sitios.
- **Sitio web:** la misma dirección siempre (por ejemplo, siempre https://www.yourbusiness.com).
- **El horario, una descripción breve y su logotipo,** listos para pegar.

Si trabaja desde casa y va a donde están sus clientes, mantenga privada su dirección cuando el sitio lo permita. En su Perfil de Empresa de Google (Google Business Profile) es obligatorio; en otros directorios depende.

Guarde todo esto en un solo documento y copie de ahí para cada ficha.

## Paso 2: Reclame primero las fichas principales

La mayoría se pueden reclamar gratis; algunas cobran por contactos de clientes potenciales (leads) o por extras, que usted puede rechazar.

**Perfil de Empresa de Google** (business.google.com). La más importante. Vea nuestra guía complementaria, *Optimización del Perfil de Empresa de Google*.

**Bing Places for Business** (bingplaces.com). Es la base del buscador y los mapas de Bing. Puede importar su Perfil de Empresa en lugar de volver a escribirlo todo, y Bing dice que las fichas ya verificadas en Google se verifican automáticamente. Espere una o dos semanas para que aparezca. Una vez vinculadas, usted hace los cambios en Google y se sincronizan.

**Apple Business** (business.apple.com). Antes se llamaba Apple Business Connect; en 2026 Apple lo integró en Apple Business, y las fichas existentes se pasaron automáticamente. Aquí es donde administra su tarjeta de lugar (place card), el panel que la gente ve cuando lo encuentra en Apple Maps.

**Yelp** (biz.yelp.com/claim). Reclamarla es gratis; Yelp lo verifica con un código por correo electrónico, mensaje de texto o llamada. Inicie sesión al menos cada 90 días, o Yelp podría volver a mostrar su página como no reclamada. Reclamarla no lo convierte en anunciante.

**Facebook.** Complete en su página la dirección (o las zonas que atiende), el teléfono, el sitio web y el horario. Si muestra una dirección, arrastre el marcador del mapa al lugar exacto.

**Better Business Bureau** (bbb.org). El BBB tiene perfiles de negocios estén o no acreditados, así que puede que usted ya tenga uno. Reclamarlo es gratis, y puede actualizar sus datos básicos de contacto sin acreditarse. La acreditación es un programa aparte, con sus propias normas.

**Nextdoor** (business.nextdoor.com). Una página de negocio gratuita que los vecinos pueden recomendar. Búsquela primero y reclámela si ya existe. Nextdoor sugiere mantenerla separada de su cuenta personal si otras personas le van a ayudar a administrarla.

**Angi** (la misma empresa que HomeAdvisor; los profesionales ahora se registran a través de Angi). Puede crear un perfil de negocio gratis. Los leads cuestan dinero, y las preguntas frecuentes para profesionales de HomeAdvisor dicen que usted paga por cada lead, consiga o no el trabajo, así que lea las condiciones antes de activar los leads.

**Thumbtack.** Una cuenta de profesional es gratis, sin cuota de suscripción. Usted paga por los leads, a los precios que usted fija, dentro de un presupuesto semanal.

## Paso 3: Las empresas de datos detrás de los directorios

Algunas empresas recopilan datos de negocios y los suministran a muchos otros sitios y aplicaciones. Tener sus datos correctos con ellas ayuda a corregirlos en el resto de internet.

- **Data Axle** (local-listings.data-axle.com). Gratis para 1 a 10 fichas. Busque su negocio, revise los datos y verifíquelo. Data Axle dice que luego envía su ficha a sus socios, que según su lista son buscadores, directorios en línea, sistemas de navegación de autos, aplicaciones de navegación y asistentes virtuales.
- **Foursquare.** Foursquare cerró su aplicación City Guide el 15 de diciembre de 2024, y la versión web el 28 de abril de 2025, pero todavía suministra datos de lugares a grandes socios, y los propietarios todavía pueden reclamar su ficha en su portal de fichas de negocios. Revise que sus datos estén correctos.

## Paso 4: Fichas específicas de su oficio

Después, agregue uno o dos sitios que los clientes de su oficio de verdad usen.

- **Limpieza de alfombras y cuidado de pisos:** si su empresa tiene la certificación IICRC, asegúrese de aparecer correctamente en el IICRC Global Locator, que los consumidores usan para encontrar profesionales certificados de limpieza y restauración.
- **Contratistas y remodeladores:** un perfil gratis en Houzz lo incluye en el directorio Find Professionals de Houzz. Houzz Pro, su software de pago, es aparte.
- **Agentes de seguros:** revise su ficha en la página "find an agent" (buscar un agente) de cada aseguradora. Los agentes independientes también pueden revisar el localizador de agencias Trusted Choice de la Independent Insurance Agents and Brokers of America (la Big "I"), que lanzó una nueva versión en 2026.
- **Todos:** la cámara de comercio de su localidad y cualquier asociación de su oficio a la que pertenezca suelen tener un directorio de miembros. Asegúrese de que su ficha ahí coincida con sus datos oficiales.

## Paso 5: Corrija los duplicados y las fichas antiguas

Las fichas antiguas pueden ser peores que las que faltan: mandan a los clientes al número o a la dirección equivocados.

**Encuéntrelas.** Busque en Google sus números de teléfono antiguos y sus direcciones antiguas entre comillas. Busque el nombre de su negocio junto con cada pueblo desde donde ha trabajado.

**Google.** Solo se permite un Perfil de Empresa por negocio, y los duplicados se ocultan en la Búsqueda y en Maps. Si se mudó, actualice su perfil existente; no cree uno nuevo. Para combinar dos perfiles del mismo negocio, use **Suggest an edit** (sugerir un cambio) en Google Maps. Las reseñas se combinan, aunque las respuestas a las reseñas podrían perderse. Si creó un duplicado por error, puede quitarlo de su cuenta.

**Yelp.** En la página duplicada, seleccione **Edit** (editar), marque la opción de duplicado y vincule la página correcta. Para un local cerrado o que se mudó, use **Suggest an edit** y márquelo como cerrado, con un enlace que lo demuestre (como su sitio web o una publicación de Facebook).

**Bing.** Quitar una ficha de su cuenta de Bing Places no la borra de Bing; solo hace que usted pierda el control sobre ella. En lugar de eso, marque las ubicaciones antiguas como cerradas. Para los duplicados que no pueda corregir usted mismo, comuníquese con el soporte de Bing Places, que tiene una opción para fichas duplicadas.

**Fichas que controla otra persona.** Si un antiguo empleado o una antigua empresa de marketing reclamó una ficha, use el proceso del sitio para solicitar la propiedad. En Google, es **Request access** (solicitar acceso).

## Paso 6: Manténgalo todo en orden

- Lleve una hoja de cálculo sencilla: sitio, enlace, correo de inicio de sesión y la fecha en que lo revisó por última vez.
- Use una sola dirección de correo electrónico del negocio para todas las cuentas, para que los accesos no queden dispersos.
- Cuando algo cambie (teléfono, dirección, horario, nombre), actualice primero Google, luego su sitio web, luego todas las demás fichas y, por último, Data Axle.
- Revise sus fichas principales cada pocos meses. Los sitios aceptan cambios sugeridos por el público, y las empresas de datos actualizan automáticamente, así que las cosas pueden cambiar sin que usted lo sepa.

## Lista de verificación

- Nombre, dirección, teléfono y sitio web oficiales anotados en un solo formato
- Perfil de Empresa de Google reclamado y verificado
- Bing Places configurado (importado desde Google)
- Tarjeta de lugar de Apple Business reclamada
- Yelp reclamado, con inicio de sesión al menos cada 90 días
- Datos de la página de Facebook completos
- Perfil del BBB reclamado y datos de contacto revisados
- Página de negocio de Nextdoor reclamada
- Perfiles de Angi y Thumbtack configurados si atiende a dueños de vivienda (leads opcionales)
- Ficha de Data Axle verificada; ficha de Foursquare revisada
- Una o dos fichas específicas de su oficio revisadas
- Números de teléfono y direcciones antiguos buscados; duplicados reportados o cerrados
- Hoja de cálculo con todas las fichas y los accesos

¿Prefiere dejármelo a mí? Yo creo y pongo en orden fichas de pequeños negocios en todo Georgia. Llámeme o escríbame al 678-787-9183.