

Google My Business

**Sitúa a tu colegio en
el centro del mapa.**



**Bienvenido a la primera guía
de “Comunicación práctica
para centros educativos”.**

Contenidos.

1. Introducción	3
2. Qué es y para qué sirve	5
3. Por dónde empiezo	6
4. Recomendaciones	7
5. Buenas prácticas	11
6. Recursos adicionales	11

1. Introducción

“En un mundo cada vez más digital la primera impresión de un centro educativo se forma muchas veces en las páginas de Google”.

Cuando una familia busca opciones para la escolarización de sus hijos, es muy probable que su primera interacción con tu centro sea a través de una búsqueda *on-line* similar a esta: “colegios cerca de mí”. Si tu colegio está bien posicionado la familia verá tu ficha de Google My Business (GMB). Si pensabas que GMB no tenía nada que ver contigo ahora ya sabes que sí, y mucho.

Y, ¿qué significa estar bien posicionado? Entre otras cosas, significa que tu colegio aparezca en la primera página de resultados que arroja Google después de una búsqueda relacionada con él. Si tienes en cuenta que el 90% de las personas solo acceden a los resultados que arroja la primera página, comprenderás la importancia de que tener un buen posicionamiento, y una presencia cuidada, actualizada y optimizada en Google ya no es una opción, ya que puede influir enormemente en la elección de centro por parte de una familia.

Gestionar GMB no es complicado, pero hay que conocer sus “secretos” para aprovechar al máximo este canal. Es tan sencillo como seguir una rutina (revisión periódica) y dejarse guiar por el sentido común. Hacerlo correctamente ayuda a los centros a destacar en Internet, mejorar su reputación y facilitar la comunicación con su comunidad. No hacerlo, es dejar esos aspectos en manos de otros que seguro que no lo harán como nosotros consideremos que debe hacerse.

En esta primera guía del Departamento de Comunicación de Escuelas Católicas pensada para responsables de comunicación y equipos directivos, queremos ayudarte a utilizar Google My Business como una herramienta de comunicación estratégica.



Cuando realizamos una búsqueda en Google sobre un centro educativo, además de las noticias y referencias de tu centro, aparecerá una primera información que Google proporciona sobre tu centro. Es la ficha de Google My Business.

2. Qué es y para qué sirve

Google My Business es una herramienta gratuita que permite gestionar la presencia de una organización en las búsquedas de Google y en Google Maps.

Aunque está pensada para empresas, también los centros educativos pueden acceder a este escaparate virtual adaptando su perfil para mostrar su oferta educativa, servicios y valores institucionales.

Cuando realizamos una búsqueda en Google sobre un centro educativo, además de las noticias y referencias de tu centro, aparecerá una primera información que Google proporciona sobre tu centro. Es la ficha de Google My Business. Esta ficha debe responder a las primeras preguntas que se hagan las familias y es labor del equipo de comunicación gestionar lo que allí se recoge.

Una buena presencia en GMB aportará mayor visibilidad, especialmente en el ámbito local, generará más visitas a la página web, principio y fin de tu comunicación digital; mejorará la reputación *on-line* y la confianza de las familias (especialmente si queréis tener reseñas y estas son positivas); y facilitará el contacto, sobretodo para visitas (Maps) o llamadas. Es un canal más del centro con información simple pero fundamental, que debe estar muy actualizada.

3. Por dónde empiezo

El primer paso, evidentemente, es registrar tu centro y obtener la propiedad de tu perfil de empresa en GMB. Si no sabes por dónde empezar, puedes consultar la entrada* de Rafael Martín Aguado sobre cómo crear esos perfiles.



Lo primero es añadir tu centro como empresa y comenzar a llenar los datos esenciales: nombre, categoría, descripción, teléfono, dirección, página web, etc.

Ahora que ya tienes tu perfil creado solo tienes que seguir las recomendaciones que indicamos a continuación.



* **Como crear un perfil de empresa**

4. Recomendaciones para tener al día tu perfil de GMB

Crea una rutina mensual de revisión general de GMB. No descuides ningún aspecto, Google valora el perfil en su totalidad. Te ofrecemos una pequeña checklist, basada, sobre todo, en la información que Rafael Martín Aguado ofreció en el webinar que celebró Escuelas Católicas sobre este tema.

1. Revisa que los datos estén correctos: nombre, dirección, teléfono y categoría, esta última es fundamental ya que determina la existencia o no de reseñas como veremos más adelante.
2. Actualiza el horario. Parece una obviedad, pero es fácil olvidar los pequeños cambios o los horarios de los festivos anuales.
3. Sube al menos una imagen o vídeo del centro o de algún evento. Un consejo, cuida los nombres y metadatos (la “etiqueta” de la foto, es decir, la información que no es visible pero que la describe: autor, fecha, lugar de realización, explicación de lo que se ve en la imagen, etc.) y el buscador será agradecido contigo. Indica también si es una foto de exterior, interior, instalaciones, etc. Google admite también fotografías de terceros. Revísalas. Algunas te ayudarán a enriquecer tu ficha, pero quizás otras no tanto y tendrás que solicitar a quien las haya subido que las retire.
4. Publica una novedad o actividad reciente. No lo utilices solo para promociones. Comparte actividades, logros o celebraciones. Las noticias le recordarán a Google que tu centro sigue abierto y que hacéis cosas nuevas.
5. Revisa las reseñas (si las tienes) y responde.
6. Actualiza las áreas de categorías (descripción de tu institución) y productos (en vuestro caso servicios que ofrecéis, por ejemplo niveles educativos, extraescolares, comedor, etc.) de GMB para organizar tu valor diferencial y tu oferta educativa.
7. Anuncia los próximos eventos.
8. Analiza las estadísticas (interacciones, clics, gente que os ha llamado pinchando en el teléfono de este perfil) y toma decisiones de mejora para el próximo mes.
9. Observa perfiles similares que te puedan servir de inspiración para acciones futuras.
10. Cierra la sesión y ya puedes marcar la tarea completa este mes.

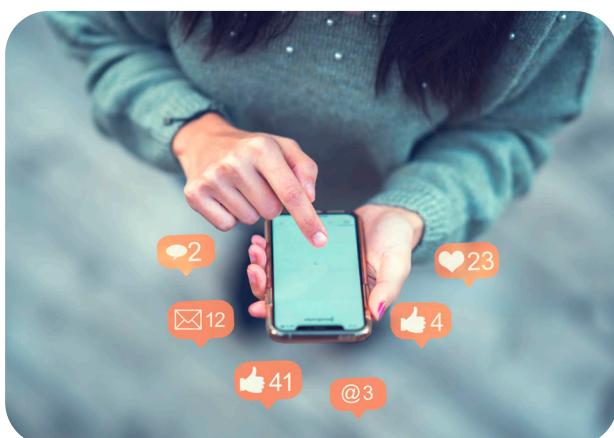
4.1. De la tiranía de las reseñas a su gestión estratégica

Hasta ahora las reseñas parecían la mejor herramienta para tomar el pulso a la imagen del centro y para favorecer las recomendaciones, pero también se han transformado en un arma de doble filo donde se vierten, en ocasiones, graves mentiras y calumnias. El 30 de abril de 2025 Google eliminó las reseñas y calificaciones de las fichas de negocio clasificadas como “instituciones educativas”.

Esta decisión cambia por completo el panorama de la reputación *on-line*. Si bien puede ser una manera de frenar los abusos y proteger a las escuelas, también plantea un nuevo desafío: generar confianza sin reseñas públicas.

A partir de ahora tienes dos opciones: prescindir de las reseñas manteniendo una categoría que las haya eliminado; o conservarlas categorizando tu centro de otra manera como por ejemplo, “Centro de Formación Profesional” o “Guardería”.

Vamos a ver ahora algunas pautas a tener en cuenta en ambos casos.



a) Pautas para mejorar tu reputación *on-line* sin las reseñas.

Si has decidido prescindir de las reseñas, todavía tienes herramientas para gestionar tu reputación digital:

1. Aprovecha la web del centro. Crea una página de testimonios e integra en tu estrategia de contenido la recogida de estos sin forzar ni ofrecer incentivos. Actualízala con testimonios reales, fotos, proyectos recientes. Si has podido conservar las reseñas anteriores, copia y pega algunas en tu página.
2. Refuerza tu presencia en redes sociales y recoge las interacciones que tengáis en ellas, especialmente en Instagram y Facebook para Primaria y Secundaria. Ahora Google, que ya no tiene reseñas propias, vuelve a mostrar las de tu página de Facebook, no las descuides.



3. Optimiza tu SEO local:

- Utiliza palabras claves locales en los textos de tu web, como por ejemplo “colegio en (barrio, ciudad)”, “colegio cerca de mí”, colegio concertado en (barrio ciudad)”, “colegio con (¿pedagogía innovadora?, ¿proyectos europeos?...)”, “colegio con comedor”, “colegio con (actividad extraescolar importante o novedosa)”, etc.
- Practica la coherencia NAP (nombre, dirección y teléfono) y asegúrate de que los datos de tu centro son los mismos en Google, web, redes y directorios.
- Elabora contenidos de calidad en tu blog.
- Publica contenido optimizado y responsive (adaptado para verse adecuadamente en distintos dispositivos, como ordenadores o móviles).
- Trabaja los enlaces externos: participa en actividades del barrio, recoge menciones desde otras webs.
- 4. Fomenta tu presencia en foros o directorios especializados (infoescuelas, directorio de educaciontrespuntocero, directorios de tu ayuntamiento o localidad, directorios de asociaciones de padres de tu zona, paginas amarillas, etc.), pero ten cuidado con los “negocios educativos”.

b) Pautas para gestionar de manera adecuada tus reseñas.

Si consideras que las reseñas son una parte importante de tu reputación y has decidido utilizar una categoría que te permite mantenerlas, gestíonalas de manera adecuada.

No es tan difícil. Piensa que al final no es otra cosa que una conversación y por lo tanto has de seguir las mismas reglas:

1. Escucha. Lee todas las reseñas de manera habitual.
2. Responde siempre, lo más pronto que puedes y de manera educada. En caso de reseñas negativas expresa tu empatía ante su malestar, pide disculpas en caso de que hayáis cometido un error, abre vías de diálogo fuera de GMB y ofrece soluciones.
3. Agradece las opiniones positivas. Es de bien nacidos ser agradecidos.
4. No fuerces las reseñas ni ofrezcas incentivos para obtener reseñas positivas.
5. No intentes engañar a Google con trucos (robots, reseñas generadas por IA, etc.). Su tecnología es capaz de detectar malas prácticas y penalizar tu perfil.
6. Denuncia los comentarios que consideres ilegales. Utiliza los mecanismos de Google, pero sin abusar de esta opción porque Google dejaría de hacerte caso. Hazlo solo si incumple las políticas de Google. Actúa como lo harías ante una calumnia en otro medio digital.

FAQ sobre reseñas

¿Cómo conseguir nuevas reseñas?

Fóméntalas con sentido común. No las fuerces ni invites al equipo directivo a que las escriban, no te conviene. No hagas solicitudes masivas de petición de reseñas (como mailing). Hazlo en grupos más pequeños, por ejemplo tras las visitas y tutorías con familias de confianza, o al finalizar un evento en el que se haya generado un ambiente positivo. Usa carteles en la entrada con un QR al perfil. Recuérdalo en boletines o correos con mensajes como “Tu opinión nos importa. Si quieras dejar una reseña...”.

¿Qué pasa si Google no elimina una reseña negativa?

Google puede entender que es una denuncia aislada. Si un mayor número de usuarios denuncia esa reseña, prestará más atención, pero solo si incumple su política de reseñas.

¿Qué pasa con esas reseñas negativas que no bajan nunca?

Normalmente las nuevas reseñas desplazan hacia abajo las reseñas más antiguas dificultando la visibilidad de estas últimas y por eso conviene fomentar la publicación de nuevas reseñas. El problema son las escritas por los perfiles calificados como “*local guide*” con una puntuación alta (perfil más influyente), ya que son prioritarias para Google y se mantendrán más tiempo en la parte superior del perfil. En este caso hay que practicar la paciencia y trabajar para recoger reseñas largas que incluyan imágenes y palabras clave. Además, la práctica habitual del usuario no es quedarse con la primera reseña, sino contrastar. Si el resto de reseñas son buenas, la reseña negativa perderá fuerza.

5. Buenas prácticas

Revisa las fichas de algunos centros o instituciones para poder inspirarte haciendo búsquedas en Google.

Puedes revisar por ejemplo los productos y noticias del Colegio Orvalle de Madrid o San Antonio de Padua en Cáceres.

Colegio
San Antonio
de Padua



Colegio
Orvalle



6. Recursos adicionales



Si crees que tienes que denunciar una reseña consulta esta página de Google. Te ayudará en el proceso.



Si las reseñas siguen activas, no olvides que pueden ser un gran recurso de SEO. Esta publicación recoge cómo mejorar el SEO local.



Si tienes dudas sobre cómo responder a las reseñas o responder en redes sociales, consulta esta guía elaborada por Rafael Martín Aguado en su blog.



Si ya no tienes reseñas y no sabes cómo seguir de ahora en adelante, pásate por el blog de la Agencia Net Bulb y echa un vistazo a las ideas que aporta Jorge Sánchez.

Información extraída del webinar de Rafael Martín Aguado, experto en comunicación y posicionamiento.

 *Escuelas Católicas y Rafael Martín Aguado.*



Independientemente de si tenéis reseñas o no, gestionar estratégicamente tu perfil de GMB es una gran oportunidad para vuestro centro. ¡Aprovechadla!

GUÍAS BREVES
DE **comunicación**

Guía 1



 **Dirección**

Hacienda de Pavones, 5
28030 Madrid
España

 **Teléfono**

91 328 80 00

 **Online**

comunicacion@escuelascatolicas.es
escuelascatolicas@escuelascatolicas.com
www.escuelascatolicas.es