La importancia de la información digital del negocio para la primera impresión en Google

El 28 de abril de 2026, un artículo publicado en una revista sevillana sobre sociedad, vida local y marketing digital recogió las opiniones de cuatro expertos en posicionamiento digital y marketing online. El texto aborda un aspecto clave para cualquier negocio local: la primera impresión que ofrece en Google y cómo esa impresión puede determinar si un cliente potencial llama o sigue buscando.

Alejandro Abascal, fundador de Meritoo y especialista en reputación digital, señaló en el artículo que una ficha de negocio desactualizada o inexistente puede dificultar que nuevos clientes conozcan la reputación real de un negocio. Por su parte, César Núñez, representante de Addoor, empresa con presencia en medios sevillanos como Diario de Sevilla, sostuvo que hacer bien las acciones gratuitas puede aportar la mayor parte del resultado para un negocio de pueblo.

El artículo, publicado en elquebradero.com, recomienda comenzar por una ficha de Google Business completa y con reseñas reales. El texto indica que esta ficha es gratuita, puede gestionarse desde el móvil y permite aparecer en Google Maps. Además, describe que los usuarios buscan negocios desde el móvil y también mediante asistentes del teléfono o herramientas de inteligencia artificial.

Cómo funciona la presencia digital de un negocio local

La información digital del negocio es el conjunto de datos que un comercio o servicio ofrece en internet: dirección, horario, teléfono, sitio web y, sobre todo, las reseñas de clientes. Cuando un usuario busca un tipo de negocio cerca de su ubicación, Google muestra un panel con esa información. Si los datos están desactualizados o no existen, el usuario puede desconfiar o directamente no encontrar el negocio.

Las fichas de Google Business son el principal canal para que un negocio local aparezca en los resultados de búsqueda y en Google Maps. Su correcta configuración es gratuita y no requiere conocimientos técnicos avanzados. Cualquier persona con un teléfono móvil puede actualizar la ficha, responder reseñas y subir fotos. Sin embargo, muchos negocios descuidan este aspecto, lo que perjudica su visibilidad.

La opinión de los expertos

Alejandro Abascal, desde Meritoo, enfatizó que la reputación digital de un negocio se construye a partir de la información que el propio negocio publica y de las reseñas que dejan

los clientes. Una ficha desactualizada o inexistente no solo impide que nuevos clientes encuentren el negocio, sino que también les niega la posibilidad de conocer su reputación real. En un entorno donde la decisión de compra se toma en segundos, esa carencia puede ser determinante.

César Núñez, de Addoor, aportó una perspectiva práctica: para un negocio de pueblo, donde los recursos suelen ser limitados, las acciones gratuitas bien ejecutadas pueden aportar la mayor parte del resultado. No es necesario invertir grandes cantidades en publicidad si la información digital del negocio está completa y actualizada. La clave está en la consistencia y en la gestión de las reseñas.

Los otros dos expertos, cuyas identidades no se detallan en el artículo, coincidieron en que la primera impresión en Google es crucial. Un negocio que aparece con una ficha completa, fotos de calidad y reseñas positivas tiene muchas más probabilidades de recibir una llamada o una visita que otro que no ofrece esa información.

La búsqueda desde el móvil y la inteligencia artificial

El artículo también destaca que los usuarios buscan negocios desde el móvil, a menudo mientras están en movimiento. En esos momentos, la velocidad de carga y la claridad de la información son fundamentales. Si un usuario encuentra una ficha con datos incorrectos o incompletos, es probable que abandone la búsqueda y elija a un competidor.

Además, cada vez más personas utilizan asistentes de voz integrados en el teléfono o herramientas de inteligencia artificial para realizar búsquedas. Estos sistemas se basan en la información estructurada que proporciona Google Business. Si la ficha no está optimizada, el asistente puede no encontrar el negocio o mostrar datos erróneos, lo que perjudica la experiencia del usuario.

El artículo de elquebradero.com subraya que la digitalización de los negocios locales no es una opción, sino una necesidad en el contexto actual. La información digital del negocio es la puerta de entrada para nuevos clientes y su gestión adecuada puede marcar la diferencia entre ser encontrado o pasar desapercibido.

Recomendaciones generales para negocios locales

Para cualquier negocio que quiera mejorar su presencia en internet, el primer paso es verificar que su ficha de Google Business esté completa: nombre, dirección, teléfono, horario, categoría y fotos. Después, es fundamental gestionar las reseñas, tanto las positivas como las negativas, respondiendo siempre de forma profesional. La actualización periódica de la información, especialmente los horarios en festivos o cambios de ubicación, es igualmente importante.

La creación de contenido local, como publicaciones en Google Posts o la inclusión de eventos, también puede mejorar la visibilidad. Sin embargo, todo esto debe hacerse con coherencia y sin descuidar la calidad de la información.