Google

Quem tem o acesso?

Encontre os responsáveis pelas ferramentas Google



COMECE POR AQUI

O resultado que você vai alcançar

Não existe um único proprietário que controle automaticamente todas as ferramentas Google. Identifique cada ativo, seus administradores e o tipo de permissão antes de criar algo novo.

PARA QUEM É • O QUE PREPARAR

Donos de empresas e responsáveis por um novo projeto digital. Prepare domínio, nomes de contas, IDs conhecidos, contratos e contatos dos fornecedores anteriores. Faça a auditoria com logins autorizados, preferencialmente no computador. Não peça senhas pessoais.

Como usar este material

Leia o roteiro, abra a fonte oficial indicada e execute somente com autorização e acesso adequados. Os nomes dos menus podem mudar por dispositivo, conta, país ou versão. Prefira o navegador no computador para revisar permissões e documentos completos.

As regras atribuídas às plataformas têm referência numerada. Os fluxos, checklists e exemplos operacionais são recomendações AKUMA. Os exemplos são hipotéticos; as cenas de capa são ilustrativas, geradas por IA. Não usamos capturas de contas de clientes.

Título completo: Como descobrir quem é o proprietário das ferramentas Google da sua empresa antes de criar novas contas

PASSO A PASSO

01 • Faça o inventário sem duplicar

O que procurar

Liste Google Ads, Analytics, Tag Manager, Search Console, Merchant Center e Perfil da Empresa. Inclua Workspace se a empresa o utiliza. Cada produto tem estrutura própria: acesso em um deles não comprova controle dos demais.

Campos do registro

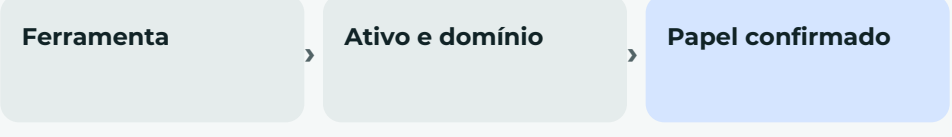
Anote ferramenta, ID ou URL do ativo, domínio associado, login autorizado usado na consulta, nível de acesso, responsável conhecido e evidência. Não registre senha, código de recuperação ou token. Diferencie fato confirmado de informação recebida de terceiros.

Como localizar

Revise contratos, relatórios anteriores e e-mails de convite disponíveis à empresa. Abra cada produto e seu seletor de contas. Não aparecer no seletor pode significar falta de permissão, não inexistência do ativo.

Exemplo hipotético

O e-mail financeiro recebe cobranças do Ads, enquanto uma agência administra campanhas. Receber a fatura não prova permissão administrativa. Registre os papéis separadamente e confirme no produto.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

PASSO A PASSO

02 • Confira o Google Ads

Onde acessar

Na conta correta do Google Ads, abra Administrador > Acesso e segurança. Confira os usuários e a coluna de nível de acesso [1]. Anote também o ID de cliente mostrado no produto para evitar confusão entre contas de nomes semelhantes.

O que registrar

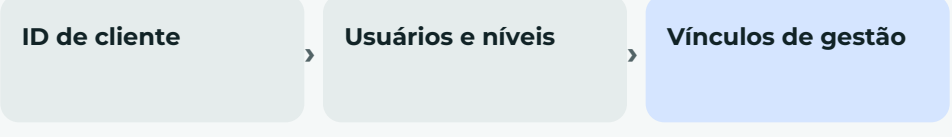
Identifique administradores internos e terceiros. Se houver uma conta de administrador, também chamada MCC, registre o vínculo que o painel mostrar. Vínculo de gestão, permissão individual e titularidade de faturamento não são sinônimos.

Como verificar

Peça ao administrador autorizado que confirme o usuário empresarial e o nível necessário. Quando houver convite, o destinatário precisa aceitá-lo e testar a conta [1]. Não conclua que a conta está sob controle só porque uma agência enviou um relatório.

Se não consegue entrar

Procure o administrador documentado e a ajuda oficial. Não crie outra conta como primeira tentativa de resolver falta de acesso. Mudanças de faturamento e de gestão devem ter análise própria, sem apagar histórico ou comprometer campanhas ativas.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

PASSO A PASSO

03 • Confira o Google Analytics

Onde acessar

No Analytics, selecione a conta e a propriedade corretas. Em Administrador, abra Gerenciamento de acesso no nível da Conta ou da Propriedade [2]. Propriedade é o recurso que recebe e organiza os dados de mensuração.

Campos e evidências

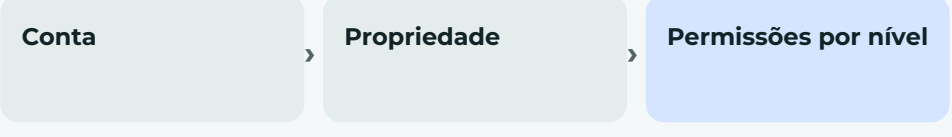
Registre nomes e IDs, domínio acompanhado e administradores identificados. Uma pessoa pode ter papel na propriedade sem administrar a conta inteira. Confira os dois níveis quando seu acesso permitir.

Verificação prática

Compare a propriedade com os relatórios e a implementação já usados pela empresa. ID de mensuração, como G-..., identifica o fluxo de dados, mas não revela sozinho o e-mail de quem administra. Evite inferir titularidade pelo código instalado.

Se faltam permissões

Solicite acesso ao administrador existente pelo fluxo oficial. O Google exige papel administrativo para adicionar ou modificar usuários no nível apropriado [2]. Não crie uma propriedade vazia apenas para contornar uma lista de usuários que você não consegue ver.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

PASSO A PASSO

04 • Confira o Tag Manager

Onde acessar

No Google Tag Manager, selecione a conta e o contêiner. Entre em Administrador e no gerenciamento de usuários do nível correspondente [3]. Contêiner é o conjunto de tags e configurações instalado em um site ou aplicativo.

O que distingue os papéis

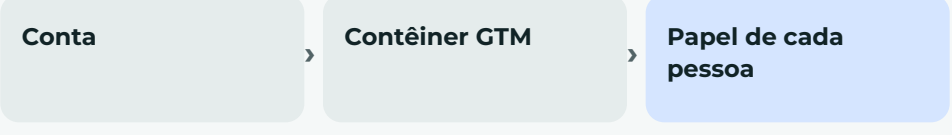
No nível da conta, há permissões de usuário e administrador. No contêiner, podem existir leitura, edição, aprovação e publicação [3]. Poder editar uma tag não significa poder administrar a conta inteira.

Como verificar

Registre o ID GTM-... e compare com a implementação da loja, com apoio técnico se necessário. Identifique quem pode publicar e quem administra os usuários. Não publique uma versão de teste durante uma simples auditoria de acesso.

Continuidade

O Google recomenda ao menos duas contas administrativas ativas para evitar perda de acesso [3]. Elas devem pertencer a pessoas autorizadas. Não remova a única pessoa com administração antes de validar o acesso substituto.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

PASSO A PASSO

05 • Confira o Search Console

Onde acessar

Selecione a propriedade correta no Search Console. Em Configurações, veja Verificação de propriedade para seu próprio nível. Proprietários podem consultar Configurações > Usuários e permissões para ver outras pessoas [4].

O que registrar

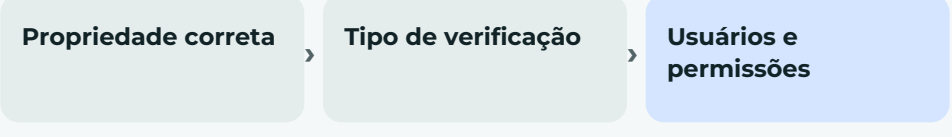
Anote se a propriedade é de domínio ou de prefixo de URL, quem aparece como proprietário e o tipo de verificação disponível. Proprietário verificado e usuário delegado não são equivalentes. Domínio e variantes de URL podem aparecer em propriedades distintas.

Cuidado com dependências

Métodos de verificação podem depender de DNS, arquivo, tag, Analytics ou Tag Manager. Não apague um token ou altere o site para remover alguém sem mapear a verificação e outros acessos legítimos [4].

Como avançar

Se a lista não está visível, não invente quem é o proprietário. Marque a limitação e procure quem já verificou o site. Nova verificação ou remoção precisa ser feita por pessoa autorizada e pelo método suportado para a propriedade.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

PASSO A PASSO

06 • Confira o Merchant Center

Onde acessar

Na conta correta, abra Acesso e serviços > Pessoas e acesso [5]. Registre ID da conta, domínio da loja e pessoas listadas. Confira separadamente os serviços conectados, sem desvincular nada durante o diagnóstico.

Entenda os níveis

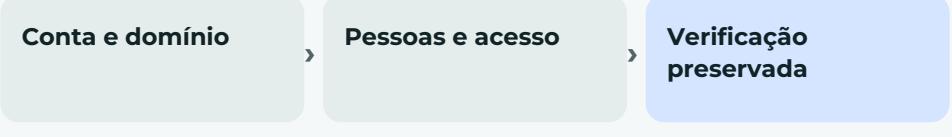
O Merchant Center tem papéis próprios. O superadministrador vem do Gerenciador de empresa associado. Um acesso somente por e-mail não permite operar a conta. Confira a descrição atual de cada papel antes de conceder permissão [5].

Verifique o site associado

Identifique se alguma pessoa aparece ligada à verificação do site. A ajuda alerta que removê-la pode causar perda da verificação e da reivindicação, exigindo refazê-las [5]. Planeje continuidade antes de limpar usuários antigos.

Se há conflito de domínio

Não crie outra conta ou reivindique o site sem entender onde o domínio já está vinculado. Reúna IDs e evidências e use o suporte oficial. Alterações podem afetar catálogo e anúncios; o responsável técnico deve participar.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

PASSO A PASSO

07 • Confira o Perfil da Empresa

Onde acessar

No perfil correto, use Mais > Configurações do Perfil da Empresa > Pessoas e acesso [6]. Confirme nome, endereço e unidade. Uma marca com várias unidades pode ter perfis diferentes, cada um com responsáveis próprios.

Papéis que importam

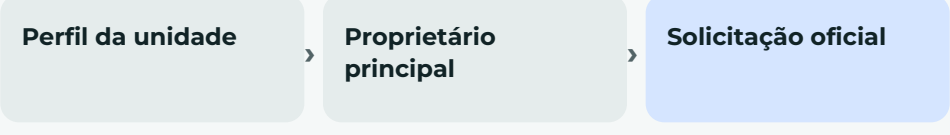
O perfil pode ter vários proprietários e administradores, mas apenas um proprietário principal [6]. Registre quem aparece em cada função. O login do usuário e o perfil comercial são objetos diferentes; não peça a senha da pessoa.

Quando o perfil está com outra pessoa

Se você é representante autorizado da empresa, use o fluxo oficial de solicitação de propriedade do perfil existente [7]. Não duplique a empresa no Maps para evitar a etapa. A opção e a verificação dependem do tipo de negócio.

Sobre transferência

O Google oferece transferência da propriedade principal deste perfil, com regras e limitações específicas, inclusive para usuários recentes [8]. Isso não autoriza transferir indiscriminadamente uma Conta do Google pessoal ou qualquer outro produto.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

PASSO A PASSO

08 • Resolva lacunas com segurança

Organize a solicitação

Para cada ativo sem controle confirmado, registre ID, motivo do acesso, responsável conhecido e evidências legítimas da empresa. Procure o administrador anterior pelo canal combinado. Não envie documentos sensíveis a contatos não verificados.

Como pedir acesso

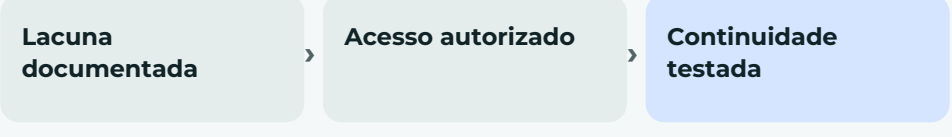
Peça um convite para a conta corporativa autorizada e o nível necessário no produto específico. Compartilhar a senha de um Gmail não substitui esse convite. Se ninguém consegue administrar, siga o suporte e a recuperação do serviço.

Critério de conclusão

A pessoa interna aceita o convite, entra no ativo correto e confere sua função. Depois avalie as permissões de fornecedores e a continuidade das integrações. Não remova quem sustenta uma verificação antes de concluir a transição.

Quando criar algo novo

Só depois de confirmar a necessidade real e documentar o impacto em histórico, medição, catálogo e vínculos. O relatório deve dizer confirmado, pendente ou não localizado, sem confundir ausência de acesso com ausência de conta.



Esquema ilustrativo · não representa uma tela de plataforma.

CHECKLIST DE CONCLUSÃO

Só avance com a conferência feita

Use como verificação de saída. Uma caixa sem evidência é uma pendência, não uma aprovação.

- [ ] Cada ferramenta tem ID, domínio e responsável registrados.
- [ ] Os níveis de acesso foram conferidos no produto certo.
- [ ] Login pessoal não foi confundido com propriedade de ativo empresarial.
- [ ] Vínculos de agência e faturamento foram registrados separadamente.
- [ ] Verificações do site e integrações foram preservadas.
- [ ] Acessos novos foram aceitos e testados antes de retirar os antigos.
- [ ] Não foram criadas contas duplicadas para contornar falta de permissão.

Registre: data da revisão, responsável, evidência e próximo passo. Mantenha o registro em local restrito quando contiver dados internos da empresa.

FONTES OFICIAIS

Consulte a regra vigente

[1] Google Ads • Gerenciar acesso à conta

Usuários, níveis, convites e confirmação de acesso.

Abrir fonte oficial

[2] Google Analytics • Gerenciar usuários

Acesso nos níveis de conta e propriedade.

Abrir fonte oficial

[3] Google Tag Manager • Usuários e permissões

Conta, contêiner e continuidade administrativa.

Abrir fonte oficial

[4] Search Console • Proprietários e permissões

Identificação de papéis e dependências de verificação.

Abrir fonte oficial

Consulta editorial: 20/10/2026. Condições, interfaces e disponibilidade podem mudar. Este é um guia educativo independente, não uma publicação oficial das organizações citadas.

FONTES OFICIAIS

Consulte a regra vigente

[5] Merchant Center • Pessoas e acesso

Papéis, superadministrador e verificação do site.

Abrir fonte oficial

[6] Perfil da Empresa • Proprietários e administradores

Lista de pessoas e diferença entre funções.

Abrir fonte oficial

[7] Perfil da Empresa • Solicitar propriedade

Recuperar o controle de um perfil existente.

Abrir fonte oficial

[8] Perfil da Empresa • Propriedade principal

Transferência específica e limites para novos usuários.

Abrir fonte oficial

Consulta editorial: 20/10/2026. Condições, interfaces e disponibilidade podem mudar. Este é um guia educativo independente, não uma publicação oficial das organizações citadas.

Página deste guia na Biblioteca AKUMA

AKUMA

Conhecimento para agir. Estrutura para crescer.

Há mais de uma década, a AKUMA apoia empresas na estruturação e na evolução de seus negócios digitais.

Consultoria

Orientação estratégica e definição de prioridades.

Setup tecnológico

Configurações e integrações previstas no projeto.

Gestão

Operação e indicadores conforme o escopo contratado.

Conheça a AKUMA - akuma.com.br

Quer evoluir seu negócio?

Toque ou clique: WhatsApp (19) 99014-4076

Atendimento comercial para empresas. Serviços e responsabilidades conforme o escopo contratado.