

viernes 12 de junio de 2026

HuelvaLAB aborda en una nueva Píldora Formativa Online consejos prácticos para gestionar críticas y reforzar la reputación digital de empresas



Descargar imagen

HuelvaLAB, iniciativa de la Diputación de Huelva coordinada por el Servicio de Tecnología de la Información, abordó la reputación digital en una nueva Píldora Formativa Online, en esta ocasión impartida por Rocío González (SolamenteRocío). La ponente, especialista en marketing y gestión de la presencia digital de empresas dio claves sobre cómo gestionar críticas, comentarios negativos y situaciones de conflicto en entornos digitales sin comprometer la confianza que una empresa genera entre sus públicos.

Durante los treinta minutos de esta microformación González aludió a situaciones reales planteadas previamente por las personas inscritas, desde críticas publicadas en Google hasta conflictos relacionados con sistemas de cita previa, respuestas a comentarios injustificados o la gestión emocional ante opiniones negativas.

Uno de los principales mensajes de la sesión fue que la reputación no se construye cuando surge una crisis. Como remarcó, se construye mucho antes, a través de la experiencia que las personas tienen con una marca, de la coherencia entre lo que promete y lo que ofrece, de la transparencia en su comunicación y de la capacidad de escuchar a quienes interactúan con la misma.

Coherencia y confianza

La especialista explicó que una crítica aislada difícilmente destruye una reputación sólida. Cuando existe una trayectoria coherente y una comunidad que confía en una empresa, son las propias personas quienes, en muchas ocasiones, ayudan a proteger y defender la imagen de la organización.

Entre los aspectos abordados, la ponente destacó la importancia de diferenciar entre aquello que las empresas pueden controlar y aquello que no depende de estas. Aunque no es posible decidir quién opina o qué comentarios aparecen en internet, sí se puede actuar sobre la calidad del servicio prestado, los mensajes que se comunican, la gestión de las respuestas o la forma de solicitar valoraciones.

Responder reseñas siempre

La sesión también incidió en la necesidad de responder a las reseñas, tanto positivas como negativas. Agradecer una valoración favorable contribuye a reforzar la relación con la clientela, mientras que una respuesta bien planteada ante una crítica permite mostrar profesionalidad, empatía y voluntad de mejora.

Otro de los aspectos destacados fue la importancia de no confundir una crítica con un ataque personal. Según se explicó durante la formación, el objetivo no debe ser ganar una discusión ni demostrar quién tiene razón, sino generar confianza. En muchos casos, detrás de un comentario negativo existe información útil que puede ayudar a detectar oportunidades de mejora o problemas de comunicación que no habían sido identificados.

Rocío González recordó que algunas críticas surgen simplemente porque una organización no ha explicado adecuadamente sus procesos, servicios o normas de funcionamiento. Por este motivo, una comunicación clara y comprensible también forma parte de una buena estrategia de reputación.

Convertir críticas negativas en oportunidades

La formación concluyó con una reflexión sobre la capacidad de las organizaciones para convertir situaciones complejas en oportunidades. Una crítica bien gestionada puede reforzar la confianza, mejorar procesos internos y fortalecer la relación con clientes y comunidades.

Esta actividad forma parte de la programación de Píldoras Formativas Online de HuelvaLAB, una iniciativa de la Diputación Provincial de Huelva que impulsa la innovación, la digitalización y el desarrollo empresarial mediante acciones prácticas dirigidas a empresas, profesionales y personas emprendedoras de la provincia.