Responder a *una reseña*

Una reseña de una estrella no se borra porque no te guste. **Tú controlas dos cosas:** contestarla con calma y pedir la reseña en el momento justo.

PRIMERO COMPRUEBA ····· DESPUÉS CONTESTA

1 Antes de contestar: tres comprobaciones

A · ¿ES UN PACIENTE REAL O UN ERROR?

Busca al autor en la agenda y en tu programa de gestión: nombre, fecha y lo que cuenta. Puede ser de otra clínica de nombre parecido, o de alguien que no ha venido nunca. Google aconseja lo mismo: **«consulta tus registros sobre el autor de la reseña y su visita»**. Lo que encuentres es para ti: no va en la respuesta.

B · ¿INCUMPLE LAS NORMAS DE GOOGLE?

Google solo retira las reseñas que infringen sus políticas: **«No denuncies una reseña por no estar de acuerdo con ella o no gustarte»**. Sí se puede denunciar, entre otras, la que no parte de una experiencia real, la de un competidor o un antiguo empleado, la que usa palabras malsonantes para ofender y la que publica datos personales de alguien.

B (SIGUE) · CÓMO SE DENUNCIA

1. En tu Perfil de Empresa, selecciona «Leer reseñas».
2. Junto a la reseña, «Denunciar». Elige el motivo y pulsa «Enviar denuncia».
3. La evaluación **«suele tardar varios días»**. Si no la retiran, puedes apelar una sola vez.

C · ¿QUIÉN CONTESTA Y CUÁNDO?

Una sola persona, siempre la misma: tú o quien dirija la clínica. Nunca en caliente ni esa misma noche. Ponle un plazo y cúmplelo; por ejemplo, dos días laborables. La respuesta es pública, y a quien escribió la reseña le llega un aviso.

2 Cómo contestar a una reseña de una estrella

LA ESTRUCTURA: CUATRO MOVIMIENTOS

1. **Reconoce.** Da las gracias y lamenta lo que cuenta, sin dar ni quitar la razón.
2. **Un dato, como mucho.** General y de la clínica; ninguno sobre esa persona. Puede no haber dato: la plantilla 1 no lleva.

LA ESTRUCTURA (SIGUE)

3. **Llévalo a privado.** Un teléfono o un correo, y un nombre por el que preguntar.
4. **Firma con tu nombre.** La respuesta sale a nombre de la clínica, y Google aconseja firmarla **«con tu nombre o tus iniciales»**.

PLANTILLA 1 · QUEJA POR LA ESPERA O EL TRATO

«Gracias por contárnoslo. Sentimos lo que describes: no es la atención que queremos dar. Por confidencialidad no comentamos aquí ningún caso, pero queremos escucharte. Llámanos al **[teléfono]** o escribe a **[correo]** y pregunta por **[nombre]**. **[Tu nombre]**, **[cargo]**»

PLANTILLA 2 · QUEJA POR EL PRECIO O UN PRESUPUESTO

«Gracias por decírnoslo. Entendemos que un presupuesto deje dudas. **En la clínica todos se entregan por escrito y se explican antes de empezar.** Por confidencialidad no comentamos aquí ningún caso; si quieres que lo veamos contigo, llámanos al **[teléfono]** y pregunta por **[nombre]**. **[Tu nombre]**, **[cargo]**»

La frase en negrita es el dato, y es un ejemplo: pon el vuestro, solo si es verdad. Ni cifras ni precios.

ERROR A EVITAR

Ofrecer algo a cambio de que la cambie o la borre. Google lo prohíbe: está en la parte 5.

Fuentes de la guía, consultadas el 13 de octubre de 2026. Ayuda de Google, en support.google.com: «Denunciar reseñas inapropiadas», /business/answer/4596773?hl=es · «Consejos para conseguir más reseñas», /business/answer/3474122?hl=es · «Gestionar reseñas de clientes», /business/answer/3474050?hl=es · «Contenido prohibido y restringido», /contributionpolicy/answer/7400114?hl=es · «Interpretar las puntuaciones de las reseñas», /business/answer/4801187?hl=es · «Crear un enlace o un código QR», /business/answer/16816815?hl=es · «Restricciones de Perfil de Empresa», /business/answer/14114287?hl=es. RGPD, artículos 4.15 y 9 y considerando 35: boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf. AEPD: resolución PS-00122-2023, aepd.es/documento/ps-00122-2023.pdf · «Guía para profesionales del sector sanitario», aepd.es/guias/guia-profesionales-sector-sanitario.pdf

3 Lo que una clínica no escribe nunca

- **Nada que confirme que es paciente,** ni que cuente algo de su visita, de su tratamiento o de su salud. Tampoco para defenderte.
- **Nada de discutir en público:** ni desmentir punto por punto, ni ironizar, ni acusar.
- **Nada de copiar y pegar.** Las políticas de Google valen también para las respuestas, y no permiten **«publicar el mismo contenido varias veces»**.

Por qué el primero. Para el RGPD los datos de salud son una categoría especial, también los que se conocen por haber atendido a alguien, y una respuesta pública los difunde. La AEPD ha multado a un centro oftalmológico que publicó datos de una paciente al contestar a su reseña.

ASÍ NO · EJEMPLO INVENTADO

«Llegaste tarde a tu cita del martes y aun así te atendimos. El presupuesto de tu endodoncia lo firmaste tú. Lo que dices no es verdad.»

Confirma la visita, cuenta el tratamiento y discute.

ASÍ SÍ · LA MISMA QUEJA

«Gracias por contárnoslo. Sentimos lo que describes. Por confidencialidad no comentamos aquí ningún caso: llámanos al **[teléfono]** y pregunta por **[nombre]**. **[Tu nombre]**, dirección de la clínica»

No confirma nada, no discute y da un nombre.

4 La cuenta del vídeo, *exacta*

192 ÷ 40 = 4,80	El punto de partida: 40 reseñas y una media de 4,8.
193 ÷ 41 = 4,71	Llega la de una estrella. El perfil pasa de 4,8 a 4,7.
228 ÷ 48 = 4,75	Con 7 reseñas de cinco estrellas, el perfil vuelve a 4,8.
288 ÷ 60 = 4,80	Con 19, la media exacta vuelve a 4,8.

Media aritmética simple y redondeo normal (el 5 sube). «El perfil» es la cifra de un decimal que enseña la ficha.

TU CASO, EN UNA LÍNEA

Reseñas de cinco estrellas que hacen falta para recuperar tu media después de una de una estrella:

(media – 1) ÷ (5 – media)

redondeando hacia arriba. No depende de cuántas reseñas tengas.

4,5 → **7** 4,6 → **9** 4,7 → **13** 4,8 → **19** 4,9 → **39**

Según Google, la puntuación «es la media de todas las valoraciones»; no dice cómo la redondea. Usa tu media exacta.

5 Pedir reseñas bien a todos, al acabar la visita y sin nada a cambio

CUÁNDO Y CÓMO

1. **Al terminar la visita,** ese mismo día.
2. **Con tu enlace:** en el Perfil de Empresa, «Leer reseñas» y «Consigue más reseñas».
3. **A todos,** por el canal por el que ya os escribís. La escribe después, en su móvil: Google no permite **«exigir ni presionar»** para que lo haga en la clínica.

EL MENSAJE

«Hola, **[nombre]**. Gracias por venir hoy. Si quieres contar cómo ha ido, puedes dejarnos una reseña aquí: **[enlace]**. Las leemos todas.
[Tu nombre], **[clínica]**»

Sin nombrar el tratamiento. Y antes, lee la nota del final.

LO QUE GOOGLE PROHÍBE

- **Incentivos: «pagos, descuentos o bienes o servicios gratuitos, a cambio de publicar reseñas o cambiar o retirar reseñas negativas»**.
- **Pedirla solo a los contentos: «solicitar reseñas positivas de clientes de forma selectiva»**.
- **Reseñas del equipo o de la familia:** son **«conflictos de intereses»**, por **«experiencia laboral»** o **«relaciones familiares»**.
- **Dictar lo que deben poner:** pedir **«que se incluya contenido específico»**, o poner al equipo un número de reseñas.

Fuente: support.google.com/contributionpolicy/answer/7400114?hl=es. Si lo haces, Google puede retirar esas reseñas y restringir el perfil.

Antes de enviar ese mensaje: no es asistencia sanitaria. Para contactos que no lo son (su ejemplo es la publicidad), la AEPD pide una legitimación específica: consentimiento, o interés legítimo si se le informó y puede oponerse.

Quién ha hecho esta guía: Mundodonto, estudio de marketing dental, Madrid. Es una orientación general, no asesoramiento jurídico: para tu caso, habla con quien os lleve la protección de datos. Fuentes, al pie de la página 1.