

L U M B R E



Gestión de Crisis y Comunicación en Redes Sociales

22/10/2026

Antes de empezar

Aprende a identificar, gestionar y recuperarte de crisis de reputación en redes sociales. Domina los protocolos de respuesta rápida, la comunicación transparente con clientes y las estrategias de recuperación online aplicadas al sector de pinturas y decoración.

QUÉ APRENDERÁS

- Aplicar en tienda: Aprende a identificar, gestionar y recuperarte de crisis de reputación en redes sociales. Domina los protocolos de respuesta rápida, la comunicación transparente con clientes y las estrategias de recuperación online aplicadas al sector de pinturas y decoración.

Para dominar este tema

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE
EN LUMBRE

1. Paso 1: Identifica las crisis potenciales



ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

2. Paso 2: Activa el protocolo de respuesta



ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

3. Paso 3: Gestiona comentarios y recupera la reputación



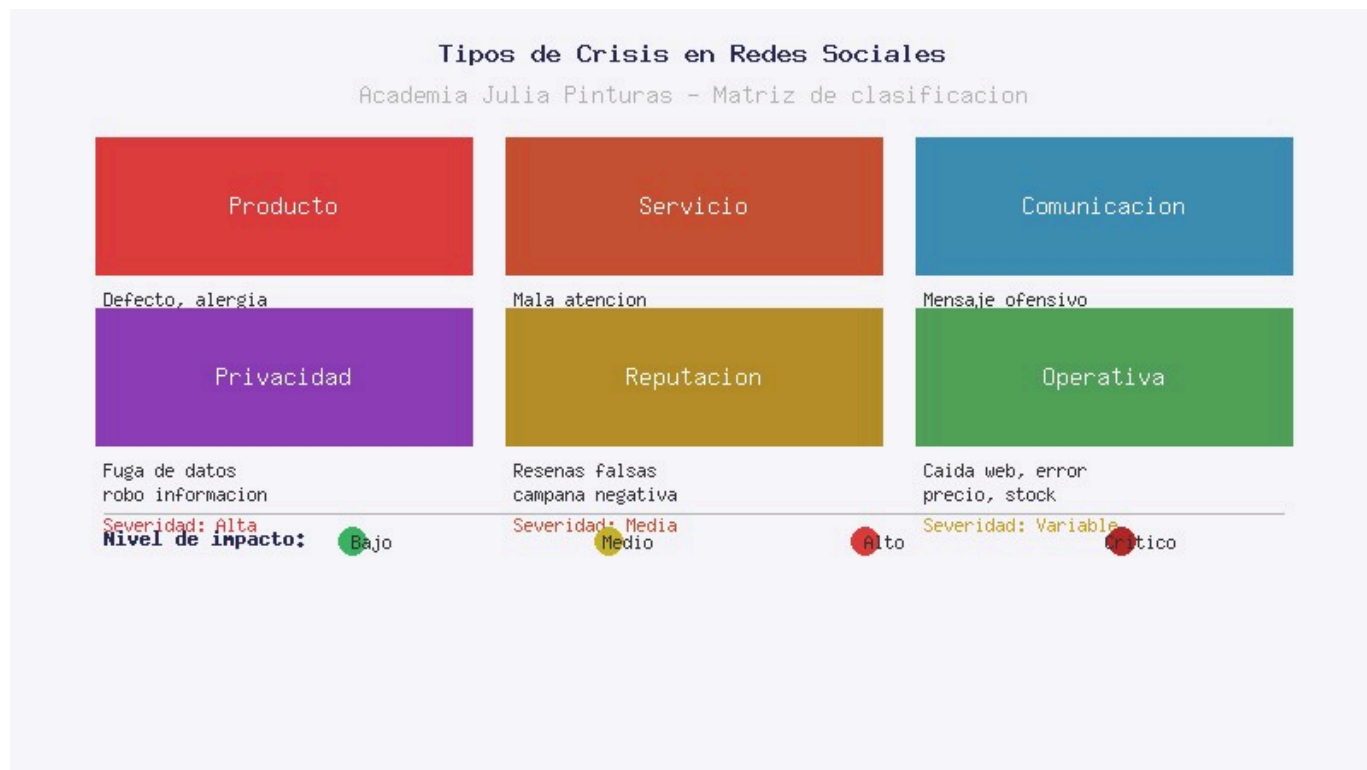


Figura 1: Tipos de crisis en redes sociales. La matriz clasifica seis categorías principales según su naturaleza y nivel de severidad, desde crisis de producto hasta crisis operativas.

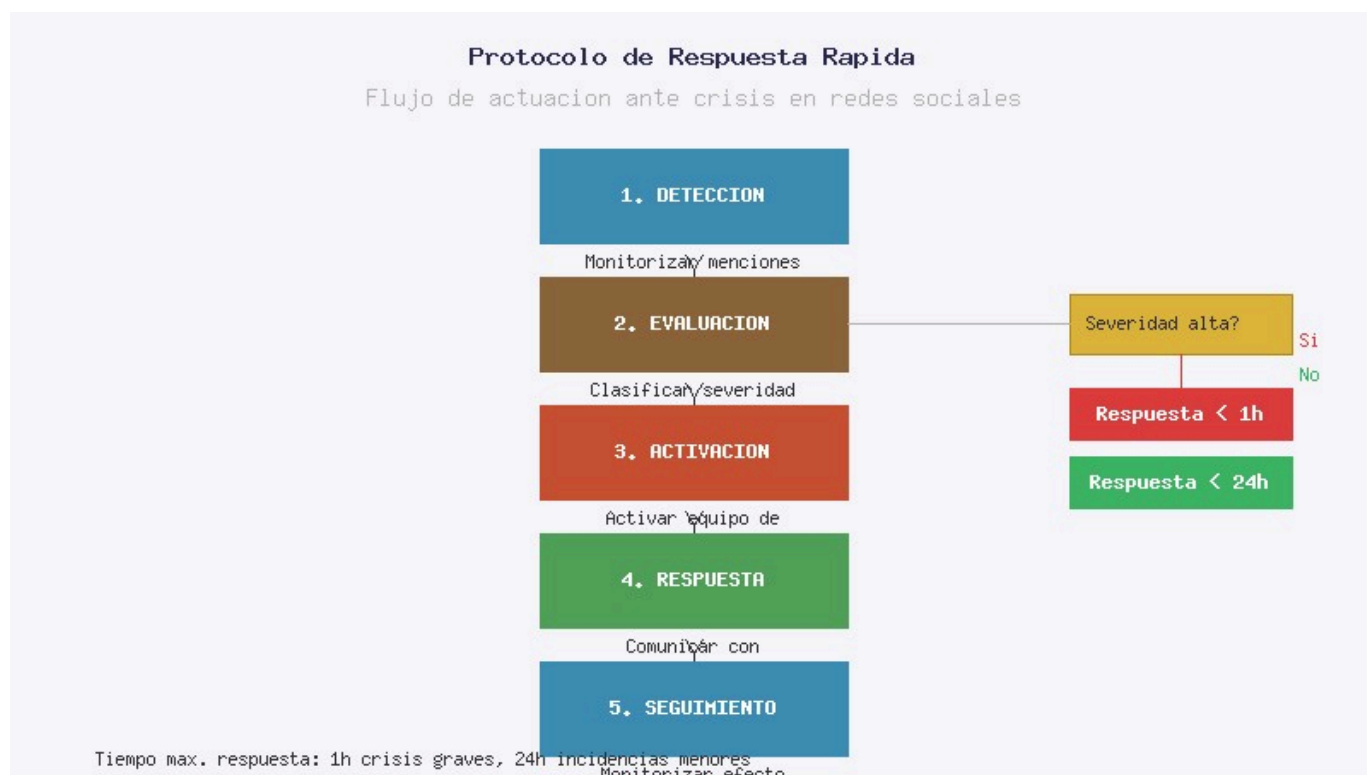


Figura 2: Protocolo de respuesta rápida. El flujo de actuación incluye cinco fases desde la detección hasta el seguimiento, con una ramificación de decisión según la severidad evaluada.



Figura 3: Métricas de reputación online. Dashboard con los KPIs esenciales (NPS, sentimiento, tiempo de respuesta, resolución) y la evolución del sentimiento durante los 30 días posteriores a una crisis.

Protocolo de actuación según tipo de crisis en redes sociales

Tipo de crisis	Severidad	Tiempo respuesta	Acción inmediata	Canal principal
Defecto de producto	Alta	< 1 hora	Retirada preventiva y comunicado oficial	Instagram y Facebook
Mala atención al cliente	Media	< 4 horas	Disculpa pública y contacto privado	Twitter/X y WhatsApp
Mensaje ofensivo	Alta	< 30 minutos	Retirar contenido y disculpa inmediata	Todas las plataformas
Reseñas falsas	Media	< 24 horas	Reportar a la plataforma y responder con datos	Google y Trustpilot
Error de precio/stock	Baja	< 24 horas	Corregir error y notificar afectados	Web y email
Fuga de datos	Crítica	< 15 minutos	Cerrar vulnerabilidad y notificar autoridades	Email y comunicado oficial

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN LUMBRE



5. ¿Cuál es el tiempo máximo de respuesta recomendado para una crisis grave en redes sociales?

- ☐ 24 horas
- ☐ 4 horas
- ☐ 1 hora
- ☐ 15 minutos

6. Clasifica cada situación según el tipo de crisis que representa:

Elementos:

- Un cliente publica que la pintura se descascara a los 3 días
- Un tweet del equipo se malinterpreta como ofensivo
- La web muestra precios incorrectos durante 2 horas
- Se filtran datos de tarjetas de clientes
- Un influencer publica reseñas falsas negativas

Producto	. . .
Comunicación	. . .
Operativa	. . .
Privacidad	. . .
Reputación	. . .

7. Relaciona cada fase del protocolo de respuesta con su acción principal:

7.	Detección	-----
7.	Evaluación	-----
7.	Activación	-----
7.	Respuesta	-----
7.	Seguimiento	-----

Opciones: Monitorizar menciones y configurar alertas · Clasificar severidad y alcance del incidente · Reunir equipo de crisis y designar portavoz · Comunicar con transparencia y empatía · Monitorizar efecto y ajustar estrategia

8. Ante un comentario negativo viral, la mejor estrategia es ignorarlo y esperar a que pierda visibilidad por sí solo.

☐ Verdadero

☐ Falso

9. Imagina que eres el community manager de una tienda de pinturas y un cliente publica un video viral mostrando que la pintura que compró cambia de color al secar. El video tiene 50.000 visualizaciones en 3 horas. Describe paso a paso qué acciones tomarías, qué dirías en tu primera respuesta pública y cómo gestionarías la comunicación con los demás clientes afectados durante las siguientes 48 horas.

ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

10. Identifica las afirmaciones incorrectas sobre la gestión de crisis en redes sociales:



11. Enumera las cinco fases del protocolo de respuesta rápida ante una crisis en redes sociales, en el orden correcto de ejecución según se muestra en la Figura 2.

ACTIVIDAD INTERACTIVA
DISPONIBLE EN LUMBRE

Juego de memoria: Empareja cada tipo de crisis con su tiempo de respuesta adecuado.



ACTIVIDAD
INTERACTIVA
DISPONIBLE EN
LUMBRE

13. Tarjetas de estudio: Repasa los conceptos clave de la gestión de crisis en redes sociales.



Para mirarlo de otra manera

Refuerzo

Ejemplo real: Una tienda de pinturas en Barcelona recibió una queja viral en TikTok sobre un lote defectuoso de pintura blanca que amarilleaba al secar. En 45 minutos publicaron un video reconociendo el problema, ofrecieron sustitución gratuita del producto y contactaron personalmente a cada cliente afectado. En 72 horas el sentimiento negativo se redujo un 60% y la transparencia fue destacada positivamente por medios especializados.

Refuerzo

Consejo profesional: Configura alertas automáticas en Google Alerts, Mention o Hootsuite para recibir notificaciones instantáneas cuando se mencione tu marca. Prepara plantillas de respuesta para los escenarios más probables y ten una lista de contactos de prensa y medios del sector. La preparación previa reduce el tiempo de reacción hasta en un 70% y marca la diferencia entre una crisis controlada y un desastre reputacional.

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://juliapinturas.lumbre.lat/object/gestion-de-crisis-y-comunicacion-en-redes-sociales>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat