

FORMACIÓN PROFESIONAL · MARKETING DIGITAL · UNIDAD 6

Comunidades y atención digital

Martes 15 de junio de 2027, 12:40. Mencía, de Albada Asesores, se queja en público de que la bandeja de reunión llegó tarde. Unai quiere contestar ya con el número de pedido y la dirección; Nora le para: ¿qué se dice en público, qué en privado y antes de cuándo?

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a…

- Elegir entre chat web y mensajería según el contexto y registrar cada conversación con referencia, respuesta y derivación.
- Preparar una llamada o una videoconferencia con objetivo, acceso, prueba de audio y resumen de acuerdos.
- Participar en foros, grupos de discusión y blogs profesionales citando fuentes y respetando sus normas.
- Distinguir comunicación, publicidad y venta social en redes, con sus métricas y su identificación.
- Separar crítica legítima, abuso y petición de ayuda, y moderar con criterios escritos.
- Calcular plazos de primera respuesta en horas hábiles y pasar a privado los datos del pedido.

SITUACIÓN DE PARTIDA

«Segunda vez este mes»

Martes 15 de junio de 2027, 12:40. Mencía, de Albada Asesores, publica un comentario en el perfil de **La Despensa de Nora** (caso ficticio) en la red social de imagen: «La bandeja de reunión ha llegado a las 12:05 y la reunión era a las 11:30. Segunda vez este mes». El comentario es **público**: lo ven los seguidores de la tienda y los de Mencía.

Unai lo ve en el móvil y quiere contestar ya, con el número de pedido, la dirección de la oficina y la hora de salida de Efrén, «para que se vea que lo tenemos todo controlado». Nora le para: primero hay que saber qué pasó y decidir qué se dice en público y qué en privado.

❓ ¿Qué debe decidir o comprobar Nora en esta situación?

❓ ¿Qué sabemos del retraso y qué estamos suponiendo?

❓ ¿Qué prueba permitiría revisar la primera respuesta antes de publicarla?

❓ ¿Qué datos del pedido no deberían aparecer en un comentario público?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

6.1 Chat y mensajería

6.2 Audio y videoconferencia

6.3 Foros y blogs

6.4 Redes y venta social

6.5 Moderación y reputación

Un comentario lo lee cualquiera



Contesto aquí con todos los datos del pedido.

Es un espacio público.





Le daré una referencia y seguiré en privado.

CLAVE

Minimización: usar solo los datos necesarios. En público se reconoce el problema y se da una referencia; el número de pedido, la dirección o el teléfono viajan solo por mensaje privado.

Cada canal crea una expectativa

⚡

Síncrono o asíncrono

Síncrono: las dos personas conectadas a la vez (chat, llamada). Asíncrono: cada una responde cuando puede (correo, foro). La mensajería está en medio.

💻

Chat web

Una ventana en la propia web: quien la abre mira un producto y espera respuesta en minutos. Heredero de las **cibercharlas** de salas abiertas como el antiguo IRC.

📲

Mensajería instantánea

Conversaciones individuales, grupos y **canales de difusión** (uno envía y muchos reciben): avisos de menú a las oficinas, no conversaciones.

✍️

Escribir en un chat

Saludo y nombre; una idea por mensaje; sin mayúsculas sostenidas ni abreviaturas; resumir lo acordado antes de cerrar.

CLAVE

Si hay que comprobar algo, se dice: «Lo consulto con cocina y te digo antes de las 12:00».

Qué espera quien escribe por cada canal

CANAL	EXPECTATIVA	PARA QUÉ SIRVE	CUIDADO
Chat web	Minutos, en horario	Dudas antes de comprar	Avisar del horario fuera de él
Mensajería individual	Horas	Seguir un pedido ya hecho	Número de empresa, no personal
Canal de difusión	No se responde	Avisos a muchas personas	Solo a quien lo ha pedido
Correo	Horas o un día	Documentos y reclamaciones	Asunto con la referencia

Fuera de horario, el chat muestra el horario y un aviso automático («Te respondemos a partir de las 9:00»): informa, pero **no cuenta como primera respuesta**.

CLAVE

En tu sector: las empresas de servicios básicos y las grandes que atienden a consumidores no pueden usar solo contestadores o bots (Ley 10/2025, arts. 2 y 8). Si una IA conversa con clientes, hay que decírselo (Reglamento (UE) 2024/1689, art. 50.1, aplicable desde el 02/08/2026).

Primera respuesta en 4 horas hábiles

Solo cuentan las horas de lunes a viernes, de 9:00 a 17:00, sin festivos

Duda del blog (K05) · lunes 14/06, 17:30	Fuera de horario: desde el martes a las 9:00, 4 h	**Martes 13:00**
Queja de Mencía · martes 15/06, 12:40	4 h el mismo día	**Martes 16:40**
Consulta del chat (K03) · martes 15/06, 16:00	1 h hoy + 3 h el miércoles	**Miércoles 12:00**
Actividad 3 · sábado 19/06, 10:00	Desde el lunes 21/06 a las 9:00	**Lunes 13:00**

Es un compromiso interno de La Despensa, no legal. Actividad 3: un mensaje del jueves 17/06 a las 8:15 empieza a contar a las 9:00 y vence el jueves a las 13:00.

CLAVE

El plazo no se suma en horas de reloj: una queja del viernes a las 16:00 no vence el viernes a las 20:00, sino el **lunes a las 12:00**.

6.1 · DOCUMENTO 1

Cada conversación, un tique

Un **tique** registra referencia, canal, hora, resumen, respuesta, derivación y estado (ficticio).

CAMPO	AT-2027/0143
Canal y hora	Chat web · martes 15/06/2027, 16:00
Consulta	Estudio de arquitectura: 9 comidas de trabajo (K03) para el jueves
Primera respuesta	16:20 · Unai: confirma que se puede pedir hasta las 20:00 del miércoles
Derivación	A Itxaso: capacidad del jueves · vence el miércoles 16/06, 12:00
Estado	Abierto · espera la respuesta de Itxaso

Derivar no es pasar el problema: capacidad de cocina, Itxaso; rutas, Efrén; precios, descuentos y compensaciones, Nora. Quien deriva sigue siendo responsable del tique hasta cerrarlo.

CLAVE

Responder con referencia: la primera respuesta confirma que se ha recibido, da una referencia, dice qué se va a comprobar y cuándo habrá noticias. Lo que no se sabe no se promete.

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

Una consulta llega por el chat el **martes a las 16:00**. Con 4 horas hábiles de 9:00 a 17:00, ¿cuándo vence la primera respuesta?

A El martes a las 20:00

B El miércoles a las 12:00

C El miércoles a las 16:00

✔ 1 h el martes (16:00 a 17:00) + 3 h el miércoles (9:00 a 12:00). Es la consulta K03 del Documento 1 (autoevaluación 6).

Llamada, videoconferencia o nota de voz

CANAL DE VOZ	CUÁNDO CONVIENE	CUÁNDO NO
Llamada	Aclarar algo urgente y breve	Si hay que ver un documento
Videoconferencia	Acordar con varias personas, compartir pantalla	Para un dato que cabe en un mensaje
Nota de voz	Avisar sin interrumpir	Para acuerdos: luego no se encuentran

Un buen sonido importa más que la imagen: auriculares con micrófono, sitio sin ruido y micrófono cerrado cuando no se habla; subtítulos automáticos si alguien los necesita.

CLAVE

Con una oficina cliente que se ha quejado, una videollamada corta muestra interés y deja un acuerdo claro. Los datos de un pedido concreto se piden después, por escrito y en privado.

6.2 · DOCUMENTO 2

La videollamada con Albada

Antes: objetivo y agenda, enlace solo a invitados con sala de espera, prueba técnica cinco minutos antes y fondo neutro. Después: resumen de acuerdos por escrito el mismo día.

CAMPO	CONTENIDO
Fecha y duración	Miércoles 16/06/2027, 10:00 · 20 min
Asisten	Mencía (Albada); Nora y Unai (La Despensa)
Agenda	1) Qué pasó el martes · 2) Ventana de entrega · 3) Aviso si hay retraso
Acuerdos	Entregas a Albada entre 11:00 y 11:20; aviso por mensajería si hay más de 10 min de retraso
Responsable y revisión	Unai envía el resumen hoy · se revisa el 30/06
Grabación	No (no hace falta)

CLAVE

¿Grabar? No hace falta: lo prueba el resumen que la otra parte recibe y acepta. Si se graba, se avisa antes de empezar, se explica para qué y se guarda solo lo necesario.

Foro o grupo frente a blog

	FORO O GRUPO	BLOG
Quién inicia	Cualquier miembro	La autora o el autor
Forma	Hilos de preguntas y respuestas	Entradas con comentarios
Uso profesional	Resolver dudas, aprender del sector	Explicar, demostrar criterio
Riesgo	Hacer publicidad encubierta	Comentarios sin contestar

Algunos blogs ofrecen **RSS**, una dirección de suscripción que avisa de lo nuevo sin entrar en cada sitio. Seguir blogs del sector y participar en sus foros crea una **red de contactos**.

CLAVE

En una comunidad profesional se gana confianza **aportando, no anunciando**: buscar antes de preguntar, un tema por hilo, citar la fuente, nada de datos personales y decir si trabajas en la empresa de la que hablas.

Una duda en el blog y un hilo que funciona



Escribir una entrada

Título que diga de qué trata, lo esencial en el primer párrafo, fotos propias descritas y una pregunta final.



La duda de la K05

Lunes 14/06, 17:30: ¿la merienda sin gluten se elabora aparte? Unai pide la ficha a Itxaso y contesta el martes a las 10:15, en plazo.



Documento 3 · el hilo

Pregunta que declara que trabaja en una tienda; respuesta que cita la fuente; otra que aporta experiencia; cierre «lo marco como resuelto».



Moderar

Cerrar hilos repetidos, mover los mal colocados y apartar la publicidad. En el blog, los comentarios con enlaces se revisan antes de publicarse.

CLAVE

La respuesta de la K05 no exagera: el turno separado no basta por sí solo para llamarla «sin gluten»; lo confirma la ficha de alérgenos.

Tres trabajos distintos en las redes



Comunicación

El contenido propio: la receta, el kit de la semana.



Publicidad

El espacio pagado para llegar a más gente.



Venta social

La compra iniciada desde la red, con un enlace etiquetado o una ficha con precio, disponibilidad y botón de compra.



Persona influyente

Alguien con una comunidad que confía en su opinión. Si colabora a cambio de dinero o de producto, la publicación es publicidad y debe identificarse.

CLAVE

Unai propone; publicar precios o activar gasto **lo decide Nora**. Cada pieza: qué objetivo tiene, qué métrica lo medirá y quién la aprueba.

La publicación del kit K06 del 07/06/2027

MÉTRICA	CÁLCULO	RESULTADO
Alcance	Cuentas distintas que la vieron	2.400
Tasa de interacción	144 interacciones ÷ 2.400 × 100	6 %
Clics sobre alcance	60 clics ÷ 2.400 × 100	2,5 %
Conversión	3 pedidos ÷ 60 clics × 100	5 %
Actividad 10: 90 clics y 3 pedidos	90 ÷ 2.400 × 100 · 3 ÷ 90 × 100	3,75 % · 3,33 %

La tasa de clics (CTR) de un anuncio usa como denominador las impresiones; aquí no se dispone de ellas y los clics se miden sobre el alcance.

CLAVE

Mucha interacción no prueba ventas: la conversión se mide sobre los clics. En la actividad 10 hay más clics, pero los mismos pedidos: la venta no mejora.

La publicidad se identifica



Las comunicaciones comerciales por vía electrónica «deberán ser claramente identificables como tales, y la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan también deberá ser claramente identificable».

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI), art. 20.1 · Consulta la versión vigente

SUJETO OBLIGADO

La empresa en nombre de la cual se hace la comunicación comercial: también cuando la publica una persona influyente a cambio de dinero o de producto.

CLAVE

Actividad 11: la cocinera que recomienda los kits a cambio de una bandeja gratis cada mes hace publicidad; lo decide Nora, porque es gasto.

Tres tipos de mensaje

TIPO	EJEMPLO	QUÉ SE HACE
Crítica legítima	«El kit llegó tarde»	Se responde, se investiga y se deja publicada
Petición de ayuda	«¿Dónde está mi pedido?»	Referencia y paso a privado
Abuso	Insultos, datos de otras personas, spam	Se oculta o elimina y se registra el motivo

Documento 5 (junio): 08/06, enlace a una tienda de suplementos, abuso (spam), eliminado; 10/06, «las magdalenas, más pequeñas», crítica, respondido con el peso real; 15/06, queja de Mencía, crítica, sigue en privado.

CLAVE

Una crítica legítima borrada suele volver **más fuerte**, en otro sitio y con capturas. Los criterios de moderación se escriben antes y se publican en el perfil.

Cuatro pasos y una promesa que se cumple

Documento 4 · Martes 15/06/2027, 13:10: «Hola, Mencía. Sentimos mucho que la bandeja llegara tarde a vuestra reunión: no es lo que acordamos. Lo estamos revisando con la referencia AT-2027/0142. Te escribimos por mensaje privado para ver los detalles y hoy mismo te contamos qué ha pasado.»

1. **Reconocer**
   El problema, sin discutir ni culpar a nadie.
2. **Dar la referencia**
   AT-2027/0142.
3. **Pasar a privado**
   Lo que lleva datos.
4. **Decir cuándo**
   Habrá noticias, y cumplirlo.

CLAVE

Comprobar antes de prometer: Itxaso mira la hoja de preparación y Efrén su ruta. La respuesta la leen también los que no se han quejado.

Árbol de derivación: consulta, queja o incidente

PREGUNTA	SI LA RESPUESTA ES SÍ	QUIÉN Y PLAZO
¿Pide información antes de comprar?	Consulta: responder con referencia	Unai · 4 h hábiles
¿Hay datos del pedido o personales?	Pasar a privado; nunca en público	Unai
¿Se queja de algo ya recibido?	Queja: reconocer, comprobar, proponer	Itxaso o Efrén; compensación, Nora
¿Datos expuestos, fraude o caída?	Incidente: registro INC	Nora e Idaira
¿Es abuso según los criterios?	Ocultar y registrar el motivo	Unai, revisa Nora

Se aplican **todas las filas que respondan «sí», de arriba abajo** (actividad 13). La «consulta» del árbol es la **petición de ayuda** de 6.5 (actividad 15).

CLAVE

La norma dice: TRLGDCU, art. 21: «una clave identificativa y un justificante por escrito» y respuesta «en el plazo máximo de quince días». Se aplica a consumidores; con una oficina cliente rige lo pactado.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Tres mensajes, tres canales



Unai, con Itxaso, Efrén y Nora

Martes 15 de junio de 2027: una consulta de compra por el chat, una duda en el blog y la queja pública de Mencía. Primera respuesta en 4 horas hábiles, de 9:00 a 17:00. Caso ficticio.

1. **La decisión y los datos.** Qué se responde, en qué canal y antes de cuándo: la hora de cada mensaje, el horario de atención y lo que dicen Itxaso y Efrén del pedido de Albada.

2. **Los plazos.** Blog (lunes 17:30): vence el martes a las 13:00. Mencía (martes 12:40): martes a las 16:40. Chat (martes 16:00): 1 h + 3 h, miércoles a las 12:00.

3. **Las respuestas.** Blog: ficha de alérgenos a las 10:15. Queja: Itxaso confirma que la bandeja salió a las 11:15 y Efrén, que un corte de calle le retuvo; respuesta pública a las 13:10 y mensaje privado a las 13:15 que propone una videollamada. Chat: 16:20 y derivación a Itxaso.

4. **Qué se concluye y qué no.** Los tres en plazo y ningún dato personal en público. No prueba que Mencía quede satisfecha; «segunda vez este mes» se comprueba en los tiques, no se discute en público.

✔ **Respuesta con referencia, derivación privada de los datos y escalado: la queja pasa a Itxaso y Efrén para comprobar y cualquier compensación, a Nora.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

Ojo profesional. El protocolo versión 0 de Unai dice: «A las reclamaciones de particulares respondemos en un plazo máximo de 30 días». ¿Qué falla?

A Nada: es un plazo razonable

B El TRLGDCU fija un máximo de quince días para responder a un consumidor

C Debería ser en 4 horas hábiles por ley

✔ Art. 21: «en el plazo máximo de quince días desde la presentación de la reclamación». Las 4 horas hábiles son un compromiso interno, no legal. Otros errores del protocolo: el plazo del viernes a las 20:00, los datos en público, borrar toda crítica y grabar sin avisar.

TU PLAN DIGITAL AVANZA · ENTREGA 6

D06 · Protocolo de atención

Para tu dossier de comprobaciones (servicio de kits de La Despensa u otra empresa que apruebe el profesorado):

1

Canales y plazos

Canales y horario; primera respuesta en horas hábiles con dos ejemplos calculados.

2

Derivación

Árbol consulta · queja · incidente.

3

Plantillas

Una respuesta pública y una privada.

4

Criterios

De moderación, y quién puede prometer qué.

CLAVE

Ningún dato personal real, ninguna cuenta real y cada plantilla probada en la plataforma cerrada. Lo que no hayas demostrado, anótalo como **«sin demostrar»**.

APRENDE CON LA IA

La respuesta que recibió Unai

Unai preguntó a un asistente de IA qué hacer con los comentarios negativos del perfil. Pulsa cada tarjeta.

«Borrar todas las críticas mejora la reputación a largo plazo»

BULO

Una crítica legítima borrada suele volver más fuerte, en otro sitio y con capturas.

«Quien visite el perfil solo verá opiniones buenas y confiará más»

BULO

Confía al ver cómo se responde: la respuesta la leen también los que no se han quejado.

«No hace falta responderlas»

BULO

La crítica legítima se responde, se investiga y se deja publicada.

«Tampoco hace falta guardar registro»

BULO

Lo que se oculta o elimina tiene que poder explicarse con un criterio y se registra el motivo.

REPASO

Ideas clave

- Cada canal crea una expectativa: chat web, minutos; mensajería, horas; canal de difusión, no se responde; correo, horas o un día.
- Primera respuesta en 4 horas hábiles (L–V, 9:00–17:00, sin festivos): martes 16:00 → miércoles 12:00.
- El aviso automático fuera de horario informa, pero no cuenta como primera respuesta.
- Cada conversación, un tique con referencia; quien deriva sigue siendo responsable hasta cerrarlo.
- Llamada o videoconferencia con objetivo, agenda, enlace solo a invitados, prueba técnica y resumen de acuerdos el mismo día; grabar no hace falta.
- En foros y blogs se gana confianza aportando: citar la fuente, sin datos personales y diciendo si trabajas en la empresa.
- Comunicación, publicidad y venta social se miden con su número: K06, interacción 6 %, clics 2,5 % y conversión 5 % (sobre clics).
- La publicidad se identifica (LSSI art. 20.1), también la de una persona influyente pagada con producto.
- Crítica legítima, petición de ayuda y abuso se tratan distinto: en público, referencia; los datos, en privado.



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**