PURO HOSPITALITY · LA BIBLIOTECA DEL HOSTELERO · DESCARGABLE

Guía de respuestas a reseñas de Google.

Tu voz de marca, plantillas por tipo de reseña, lista de comprobación antes de publicar, quién responde cada caso, cómo denunciar y una hoja para medir. Para restaurantes.

EDICIÓN NOVIEMBRE 2026

ANTES DE ESCRIBIR

Una respuesta tiene dos lectores.

Quien escribió la reseña y quien la lee después. El segundo es el que decide si reserva. Escribe para él.

01 Escribe para el lector futuro

La respuesta será pública mientras exista la reseña. Pregúntate cómo la leería alguien que aún no te conoce.

02 No hace falta contestar a todo

Google dice que respondas si es necesario. Nuestro criterio: todas las que tengan texto y todas las negativas, aunque sea en breve.

03 Sé breve

Google pide respuestas breves y sencillas. Cuatro o cinco líneas suelen bastar.

04 Firma con nombre

Una persona con nombre y cargo, o iniciales, da cercanía. «El equipo» da frialdad.

LA ESTRUCTURA QUE USAMOS

Cuatro pasos, en este orden

01 **Agradece de forma concreta.** No con un «gracias por tu comentario».

02 **Menciona un detalle** que haya escrito el cliente: un plato, un camarero, una ocasión.

03 **Reacciona.** Si algo falló, una disculpa sencilla, sin excusas.

04 **Cierra** con una invitación a volver o a escribirte en privado. Sin ofertas.

Las plantillas de las páginas siguientes son un punto de partida. Lo que está `[entre corchetes]` se sustituye siempre por lo que de verdad pasó: según BrightLocal (encuesta de 2026 a 1.002 adultos de EE. UU.), al 50 % de los consumidores le echan para atrás las respuestas genéricas o de plantilla.

ANTES DE USAR LAS PLANTILLAS

Tu voz de marca.

Las plantillas dan la estructura; la voz hace que suene a tu restaurante y no a cualquiera. Ponla por escrito una vez y que todo el que responda la use, también si redacta con IA.

QUÉ DEFINIR	PREGUNTA	LO NUESTRO
Tono	Tres adjetivos que os describan, y lo que no sois: «cercanos, pero no colegas».	
Tratamiento	¿Tú o usted? El mismo en todas las respuestas.	
Saludo y despedida	Una fórmula fija para abrir y otra para cerrar.	
Firma	Quién firma cada tipo de reseña y cómo: nombre y cargo, o iniciales.	
Palabras de la casa	Cómo llamáis a vuestros platos, a la sala, al equipo. Usad siempre los mismos nombres.	
Palabras prohibidas	Lo que nunca diríais: «estimado cliente», «lamentamos las molestias ocasionadas», tecnicismos.	
Emojis y exclamaciones	¿Sí, no o solo en positivas? Cuántos, como mucho.	
Idioma	¿Respondéis en el idioma de la reseña? ¿Quién revisa las que no son en español?	
Límites	Temas que no se tocan en público: precios, otros clientes, el equipo con nombre y apellidos.	

LA MISMA RESPUESTA, DOS VOCES

CASA DE COMIDAS FAMILIAR

«¡Gracias, Marta! Daniel se ha puesto muy contento con lo del caldo. Aquí os esperamos para el próximo arroz. Lucía.»

RESTAURANTE DE MANTEL

«Muchas gracias por sus palabras. Trasladamos su comentario sobre el caldo a nuestro jefe de sala. Será un placer recibirles de nuevo. Lucía, responsable de sala.»

Las dos son correctas: siguen la misma estructura y cambian el tono, el tratamiento y la firma. Lo que no funciona es mezclarlas en el mismo perfil. Si usas una herramienta de IA para redactar, dale esta hoja como instrucciones y relee siempre antes de publicar. Esta hoja es criterio de Puro Hospitality.

PLANTILLAS · 1 DE 2

Reseñas positivas y neutras.

POSITIVA CON TEXTO · 5 ESTRELLAS

«Gracias, `[nombre]`. Le pasamos tu mensaje a `[persona que mencionó]`, que será el primero en alegrarse de que `[detalle que escribió]`. Nos hace mucha ilusión que vuelvas. Un saludo, `[tu nombre, cargo]`.»

NO: copiar la misma frase en todas las de cinco estrellas. Cambia el detalle cada vez.

POSITIVA SIN TEXTO · OPCIONAL

«Gracias por la valoración, `[nombre]`. Cuando quieras, aquí tienes tu mesa. `[tu nombre]`.»

NO: sentirte obligado: Google no te pide que respondas a cada valoración sin comentario.

NEUTRA · 3 ESTRELLAS

«Hola, `[nombre]`. Gracias por decírnoslo: tienes razón en que `[lo que falló]` no debería pasar. Lo hemos hablado con el equipo de `[sala / cocina]`. Si vuelves, pregunta por `[tu nombre]` y nos aseguramos de que vaya mejor. Gracias por darnos tu opinión.»

NO: escribir «lo hemos hablado con el equipo» si no lo has hecho.

NEGATIVA SOBRE LA COMIDA · 1-2 ESTRELLAS

«Hola, `[nombre]`. Gracias por contárnoslo. Si `[plato]` no llegó en su punto, es algo que queremos corregir y lo hemos trasladado a cocina. Si quieres darnos más detalles, estamos en `[correo del restaurante]`. Un saludo, `[tu nombre, cargo]`.»

NO: discutir el gusto del cliente ni justificar el precio en público.

PLANTILLAS · 2 DE 2

Negativas y casos delicados.

NEGATIVA POR EL SERVICIO · 1-2 ESTRELLAS

«Hola, `[nombre]`. Lamentamos que tu visita fuera así: `[lo que cuenta, con sus palabras]` no es lo que queremos para nadie. Nos gustaría entender qué ocurrió. Si te va bien, escríbenos a `[correo del restaurante]` con la fecha y la hora de tu visita y lo revisamos. `[tu nombre]`.»

NO: inventar una causa, prometer medidas que no existen ni ofrecer nada a cambio.

ALERGIA O PROBLEMA DE SALUD · REVISAR ANTES DE PUBLICAR

«Hola. Sentimos mucho lo que cuentas. Te pedimos que nos escribas a `[correo del restaurante]` para hablarlo con calma y con tus datos. Nos tomamos muy en serio cualquier incidencia relacionada con alérgenos. `[tu nombre]`.»

NO: confirmar ni negar en público qué comió o si estuvo en el local.

RESEÑA QUE PARECE FALSA

«Hola. No encontramos ninguna reserva con este nombre y queremos aclararlo. Si estuviste en el restaurante, escríbenos a `[correo del restaurante]` con la fecha y lo revisamos. `[tu nombre]`.»

NO: decir en público que el autor miente. Y recuerda: responder no la retira; si incumple las normas, denúnciala (página 06).

FRASES QUE FUNCIONAN Y FRASES QUE NO

MEJOR	EVITA
«Gracias por contárnoslo»	«Gracias por tu comentario»
«Nos gustaría entender qué ocurrió»	«Tuvimos un problema en cocina» (si no lo sabes)
«Escríbenos a [correo]»	«Llámanos al [teléfono]» junto a su nombre
Firma: «Lucía, responsable de sala»	Firma: «El equipo»

ANTES DE PULSAR «PUBLICAR»

Lista de comprobación.

- [ ] No aparece el nombre completo, el teléfono, el correo ni los datos de reserva del cliente.
- [ ] No digo qué pidió, con quién vino ni cuánto gastó.
- [ ] No hablo de salud, alergias ni de incidencias con terceros.
- [ ] No ofrezco nada a cambio de la reseña ni de que la cambie o la retire.
- [ ] No intento vender: ni platos, ni eventos, ni promociones.
- [ ] No invento excusas ni culpo al cliente.
- [ ] Menciono algo concreto que escribió el cliente.
- [ ] Si digo que he hablado con el equipo, es verdad.
- [ ] Son cuatro o cinco líneas, como mucho.
- [ ] Va firmada con nombre.
- [ ] Si la redactó una IA, la he releído entera.

Por qué importa: la respuesta es pública y está sujeta al RGPD. La AEPD sancionó con 7.000 euros a una clínica que respondió a una reseña de Google con el nombre, el DNI, el teléfono y datos de salud del cliente (Economist & Jurist, 24 de abril de 2024). Ofrecer productos o servicios gratis o con descuento a cambio de publicar, cambiar o retirar reseñas, Google lo considera interacción falsa y lo prohíbe. Esta lista es nuestra interpretación, no asesoramiento jurídico: si dudas, consulta a tu asesor.

ORGANIZACIÓN

Quién responde y cuándo.

En un restaurante pequeño responde el dueño o el gerente. Con más equipo, conviene repartir. Es criterio nuestro, no una norma de Google.

TIPO DE RESEÑA	QUIÉN RESPONDE	CÓMO
Positivas y neutras sin conflicto	Sala o marketing	Con la guía de tono del local.
Negativas	Gerente o dueño	Nunca el mismo día en caliente. Antes se habla con quien estuvo de servicio.
Casos delicados: alergias o salud, discriminación, amenazas legales, menores, posible eco en prensa	Responsable y, si hace falta, el asesor	No se publica nada sin revisar.

PLAZO

Acuerda uno y cúmplelo

Google recomienda responder lo antes posible a las negativas. Según BrightLocal 2026, el 19 % de los consumidores espera respuesta el mismo día y el 81 %, en una semana.

Nuestro plazo interno: `[ _____ ]` horas para negativas, `[ _____ ]` días para el resto.

DENUNCIAR UNA RESEÑA

Solo si incumple las normas

01 En tu Perfil de Empresa, «Leer reseñas» → «Denunciar» junto a la reseña, y elige el motivo.

02 Espera: suele tardar varios días. Estados: «Decisión pendiente», «Denuncia revisada: no hay infracción de las políticas» o «Derivado».

03 Si la rechazan, puedes enviar una única apelación por reseña.

Google avisa: no denuncies una reseña solo porque no estés de acuerdo con ella o no te guste.

MEDIR

Registro mensual.

Las reseñas se miden por tendencia. Lo que más rinde es la última columna: una queja que se repite es información sobre tu servicio.

MES	NUEVAS	MEDIA	RESPONDIDAS	TIEMPO MEDIO	MOTIVO QUE SE REPITE

Para conseguir más reseñas, sin incentivos

Pídelas al despedir a la mesa o en el mensaje tras la reserva, no semanas después. Facilita un enlace o un QR que lleve directo a escribir la reseña. Pídelas a todos, no solo a los que salen contentos. Y responde a las que ya tienes: un perfil que responde invita a escribir.

PURO HOSPITALITY

SIGUIENTE PASO

¿Revisamos tu ficha y tus reseñas?

Las reseñas son una parte de cómo te encuentran y te eligen. En una llamada revisamos tu Perfil de Empresa, tus reseñas y tu web, y te decimos qué movería más tus reservas.

PUROHOSPITALITY.COM/CONTACTO · HELLO@PUROHOSPITALITY.COM

Fuentes: Ayuda de Perfil de Empresa de Google (consejos para conseguir más reseñas; denunciar reseñas inadecuadas). BrightLocal, Local Consumer Review Survey 2026 (EE. UU., todos los sectores locales). Economist & Jurist, 24 de abril de 2024. Las plantillas, la lista de comprobación y el protocolo son criterio de Puro Hospitality. © Puro Hospitality, S.L.U.