

Estudio reclamador.es: Reseñas en Google y comentarios en X, las dos herramientas favoritas de los usuarios para poner una queja a una empresa en España

reclamador.es ha realizado una nueva edición de su estudio anual sobre el perfil de las personas que reclaman en España

Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación muy potente en la actualidad, que permiten, además de compartir fotos y actualizaciones de estado con amigos y familiares a kilómetros de distancia, poder interactuar con las empresas y manifestar una opinión sobre el servicio prestado o consumido. Para obtener una respuesta más profunda y conocer si los consumidores utilizan realmente las redes sociales para quejarse y ver qué plataforma prefieren, reclamador.es, en colaboración con Adhara Marketing Tools, ha realizado una nueva edición de su informe "El perfil de las personas que reclaman en España", entre más de 1.700 participantes. En el estudio, los entrevistados han tenido que responder a preguntas como "¿Qué hiciste al sentirse defraudado o injustamente tratado?", "¿Cuál es tu red social favorita para quejarte o reclamar a las empresas?", o "¿Qué otras redes has utilizado para quejarte?".

Según datos de reclamador.es: casi dos terceras partes de los que mencionan haber tenido una queja, llegaron a iniciar una reclamación con el departamento de atención al cliente de la empresa, y cada vez son más los que manifiestan sentirse defraudados comentándolo en redes sociales.

¿Qué se hizo al sentirse defraudado o injustamente tratado?

En ese apartado, el 64,8% de los encuestados inició una reclamación transmitiendo directamente su queja al departamento de atención al cliente de la empresa, y el 29,7% se quejó y puso reseñas negativas en las redes sociales.

"¿Cuál es tu red social favorita para quejarte o reclamar a las empresas?", y "¿Qué otras redes has utilizado para quejarte?"

De estas cuestiones se desprende que el 66,5% de los encuestados piensa que "es útil realizar una queja a través de las redes sociales", especialmente para los menores de 35 años. Por desglose, las reseñas en Google (30,6%) destacan principalmente para mostrar las quejas de los usuarios. En segundo lugar, aparece X, antes Twitter, (8,6%), donde los jóvenes despuntan de manera significativa.

"Las reseñas de Google son el nuevo boca a boca. Ahora los usuarios cuentan con la posibilidad de acudir a Google y consultar las opiniones de otros usuarios de forma rápida y sobre todo muy cómoda, reseñas que son únicas al estar integradas directamente en el propio buscador y en sus aplicaciones y herramientas, por lo que no es de extrañar que ocupen la primera posición en el estudio realizado", explica reclamador.es.

Hoy en día, un factor fundamental de decisión de compra son las reseñas online. A nivel internacional, casi nueve de cada diez clientes en todo el mundo se esfuerzan por leer las reseñas en línea antes de tomar una decisión de compra, según los expertos consultados. A este respecto, son las reseñas positivas, en concreto, una de las tres principales razones que influyen en la decisión de compra. No en vano, grandes plataformas como Google y Amazon están usando inteligencia artificial (IA) para luchar contra las reseñas falsas, uno de los retos principales de este tipo de contenidos, aclara la compañía online de servicios legales.

Utilidad de difundir a través de las redes sociales

Preguntados sobre si creían que el comentario con la queja en las redes sociales les serviría, aunque fuera a largo plazo, para recibir un mejor servicio, el 66,5% respondieron que "sí" y el 33,5% de los encuestados respondió que "no".

reclamador.es dará a conocer próximamente más información sobre "El perfil de las personas que reclaman en España", desgranando también qué sectores reclaman más los consumidores.

Datos de contacto:

Comunicación reclamador.es
reclamador.es
633 12 02 24

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Madrid](#) [Consumo](#) [Dispositivos móviles](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>