

## **Informe de ReputationUP: El 67,7% de los usuarios no compra de marcas que tienen 4 o más reseñas negativas**

**Según el Centro de Estudios de ReputationUP, el 67,7% de los usuarios no compra productos o servicios de marcas, que tienen 4 o más reseñas negativas online**

Según el Centro de Estudios de ReputationUP, el 67,7% de los usuarios no compra productos o servicios de marcas, que tienen 4 o más reseñas negativas online.

El interés por las compras online y las reseñas de los clientes, produce una necesidad por conocer las opiniones, de los artículos y servicios de una marca.

Y, en el caso de una reseña negativa, el cliente prefiere optar por otra compañía.

Este dato y más información lo demuestran las encuestas realizadas por el Centro de Estudios ReputationUP, empresa líder a nivel mundial en Reputación Online y Derecho al Olvido.

Las reseñas negativas: un riesgo para la empresa

El rechazo por una marca, que tiene 4 o más reseñas negativas, en el resultado de búsqueda en Google supone un riesgo para la empresa.

Por un lado, un descenso en el número de visitas online y ventas.

Por lo que respecta a la reputación online; una reseña negativa, falsa o incorrecta puede destruir la imagen y reputación de la empresa.

“Muchas empresas suelen subestimar las implicaciones relacionadas con su reputación web”, indica Andrea Baggio, CEO Europa de ReputationUP.

Es fundamental proteger la reputación digital, incluso a través de la gestión de las reseñas.

Uno de los servicios de ReputationUP es eliminar opiniones y protegerse, en casos, de una posible difamación online.

“Los datos o información que circula, en la red mundial o Internet, pueden ser utilizados de manera

negativa, fraudulenta y conllevar a un daño irreparable a personas o empresas”, apunta Juan Ricardo Palacio, CEO América de ReputationUP.

El impulso de la venta online

El futuro de las empresas está en la venta online. Y, así, la opinión del consumidor es clave.

Un artículo de Entrepreneur confirma estas previsiones:

“Si bien los empresarios de ecommerce no han sido inmunes a la crisis, el impacto general ha acelerado la transición de la venta tradicional. Al realizar una inversión en el comercio electrónico, estará mejor posicionado en el futuro”.

Por ello, el éxito empresarial y la confianza del consumidor está unido a una gestión óptima de la imagen y la reputación online.

ReputationUP es un grupo internacional con oficinas en Europa, Norteamérica y Sudamérica, especializado en Gestión de la Reputación Online y Derecho al Olvido.

Más información:

Reputationup.com

prensa@reputationup.com

Sara Campos

Digital PR Manager Reputation UP

saracampos@reputationup.com

**Datos de contacto:**

Sara Campos

964800007

Nota de prensa publicada en: [Castelló de la Plana](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Ciberseguridad](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>