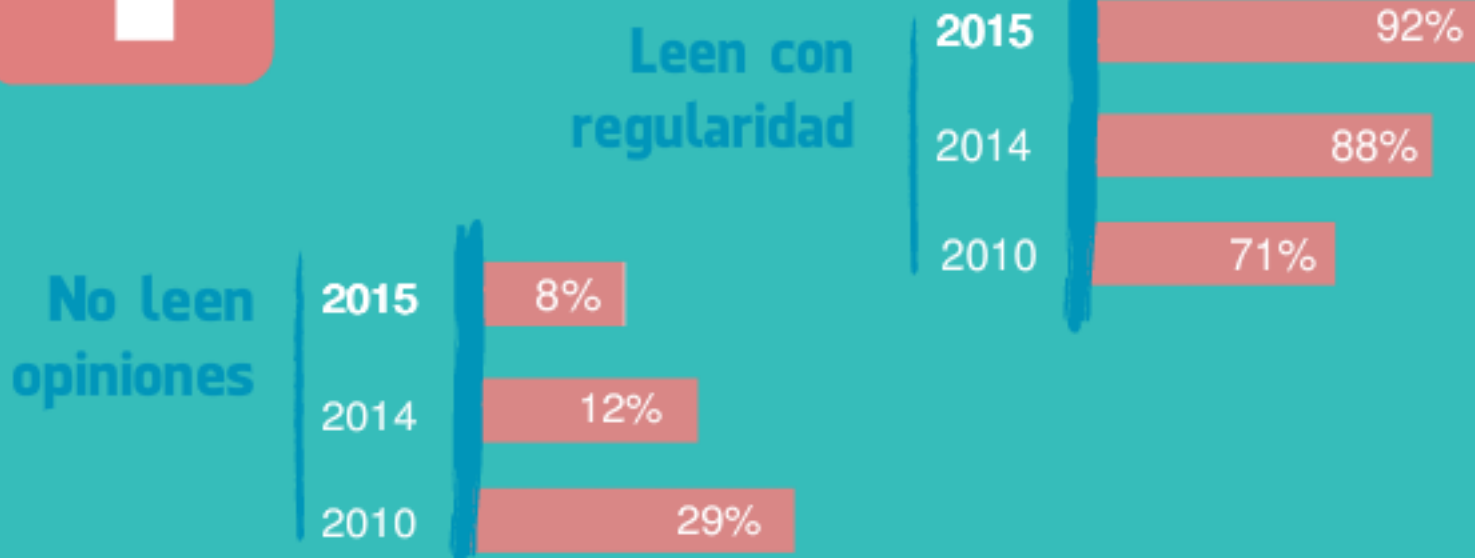


# Evolución del uso de las opiniones online



## 1

### ¿Buscan opiniones online antes de comprar, para determinar si un negocio es fiable?

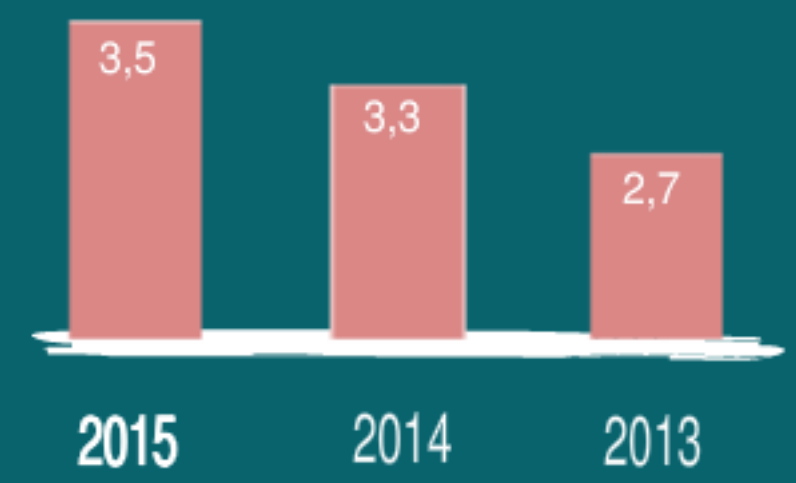


Mientras que el gráfico no arroja luz sobre el valor de esas opiniones, sí que destaca que están buscando valoraciones de forma activa.

También hay una caída significativa año tras año de los consumidores que no han leído ninguna crítica antes de comprar.

### ¿Cuántas fuentes distintas de opiniones consultan?

## 2



Número de fuentes distintas de opiniones

Los consumidores leen opiniones de 3,5 fuentes distintas (frente a 2,7 en 2013)

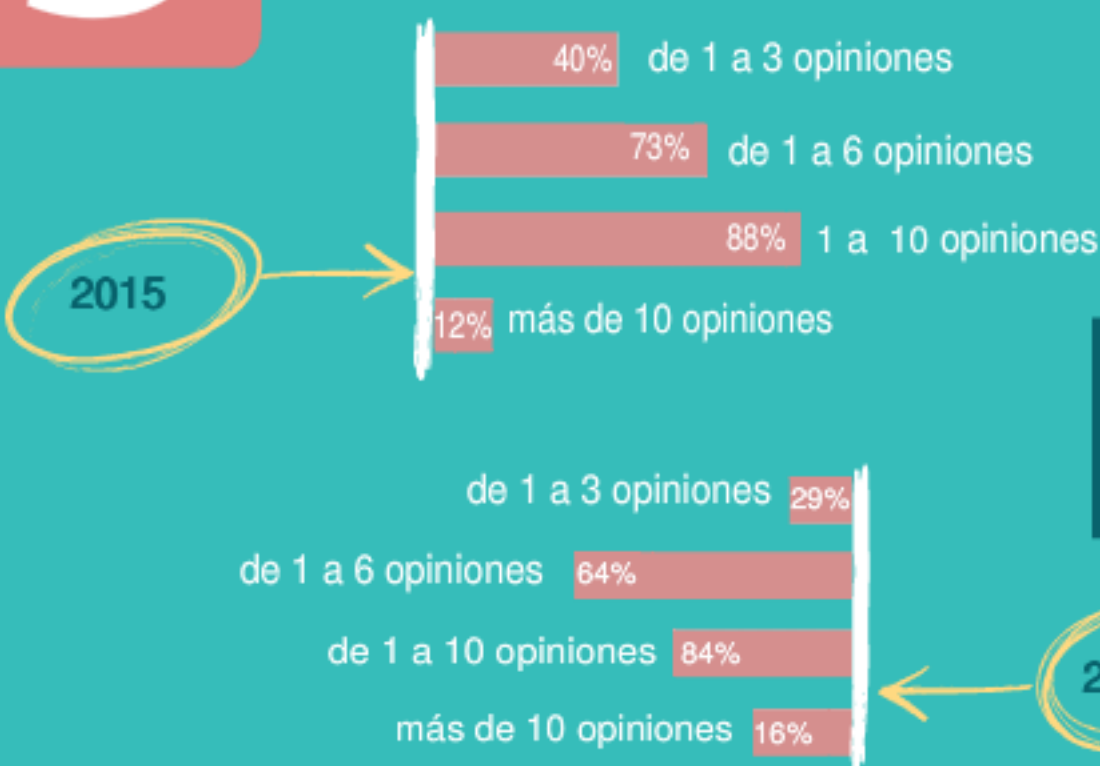


A medida que ha avanzado el tiempo, los consumidores se han vuelto más acostumbrados a leer opiniones antes de comprar productos o servicios



## 3

### ¿Cuántas opiniones online leen, antes de tener una idea clara de la confiabilidad del negocio?



Los consumidores parecen formarse una opinión del negocio cada vez más rápida.

Casi 9/10 (88%) consumidores están satisfechos después de leer solo 10 opiniones positivas, por lo que esta establece un punto de referencia útil para pequeñas y medianas empresas.

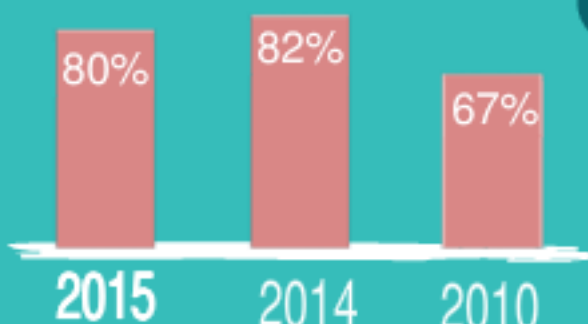
También destaca que dan mayor valor a las opiniones recientes sobre la empresa, dentro de todas las opiniones que consultan.



### ¿Confían los usuarios en las opiniones online de la misma manera que en recomendaciones personales?

## 4

El 80% confía en opiniones online tanto como en recomendaciones personales



No todas las opiniones tienen el mismo efecto

Mientras que el 8% siempre cree en las opiniones online tanto como opiniones personales, más un 72% sólo lo hará si se cumplen ciertos criterios. Para el 22%, esto depende del tipo de negocio, para el 19% depende de si hay comentarios suficientes para leer y hacer un juicio. Sin embargo, para una mayoría (31%) se trata de la autenticidad de los comentarios.



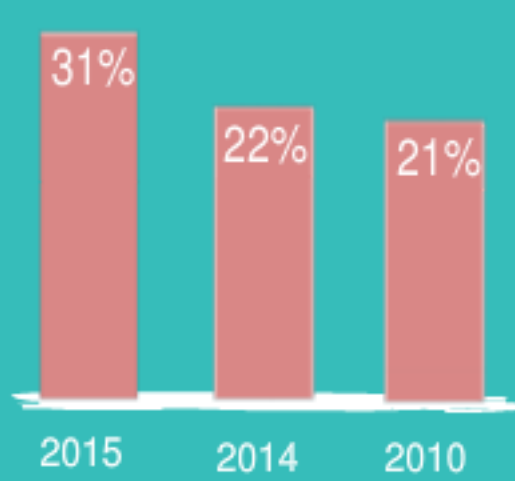
## 5

### ¿Por qué están los consumidores cada vez más preocupados por las opiniones falsas?

Como las opiniones se han convertido en una consulta habitual de los consumidores antes de comprar, y los beneficios de tener críticas positivas son claras, algunas empresas siempre van a tratar de inclinar la balanza a su favor utilizando tácticas poco éticas.

La Autenticidad de las opiniones es el factor más importante para los consumidores para confiar en las opiniones online.

Consumidores que van a confiar en opiniones, siempre y cuando ellos creen que son auténticas.



Casos potencialmente engañosos:

- Empresas que escriben reseñas falsas de sí mismos para impulsar sus recomendaciones.
- Empresas que tratan de crear opiniones negativas a la competencia.
- Sitios que permiten a las empresas poner remedio a las críticas negativas, es decir, esconden la parte negativa.



Los compradores más activos, denominados prosumers, tienen capacidad para diferenciar las fuentes de opiniones realmente fiables de las dudosas.