



# Barómetro 2025

---

La presencia online y la reputación digital de las empresas españolas

# ÍNDICE

- **Introducción**

- **Metodología**

## **01** El valor de la presencia en línea

- Entender la presencia en línea en 2025
- Top 10 de Empresas con la mejor presencia
- Detrás del éxito: Nuestro cliente Ralarsa revela su estrategia

## **02** El poder de la reputación digital

- Reputación: aumenta tus beneficios, gana clientes
- Top 10 empresas con la mejor reputación
- Detrás del éxito: Las claves para una reputación digital impecable

## **03** El potencial de sectores clave

- Desafíos a la hora de recopilar reseñas
- Cuándo y cómo solicitar reseñas
- La mejor reputación digital por sector

# Introducción

## Estimado lector,

Bienvenido a la edición 2025 del Barómetro de Partoo sobre presencia en línea y reputación digital. En esta tercera edición, presentamos un análisis exhaustivo del cambiante panorama de la presencia en línea y la reputación digital, pensado para empoderar a las empresas en todo el mundo.

El año 2024 ha estado marcado por avances rápidos y múltiples desafíos, especialmente en el ámbito de la tecnología. Uno de los desarrollos más destacados ha sido la integración de la inteligencia artificial, que ha transformado significativamente la manera en la que las empresas interactúan con sus clientes y responden a sus solicitudes. La IA no es tan solo una herramienta: se está convirtiendo en un elemento esencial para que las empresas sigan siendo competitivas y ágiles, tomando decisiones basadas en datos concretos, gestionando el feedback de sus clientes y optimizando su presencia en línea.

Lo que pretende este Barómetro es ofrecer información valiosa sobre los principales factores del éxito en línea, presentando referentes y datos prácticos para las empresas que buscan mejorar su huella digital. Desde los fundamentos de una buena estrategia de SEO hasta el estudio del impacto del engagement y las reseñas de clientes, esperamos que esta guía sirva como piedra angular para el crecimiento de tu empresa.

Nuestro objetivo es brindarte conocimientos y herramientas prácticas que te permitan afrontar con seguridad los retos del mundo digital actual. Estamos emocionados de ser parte de tu viaje hacia el éxito y esperamos que estos hallazgos se conviertan en el motor de cambio para tu empresa en este nuevo año.

Te deseamos un 2025 lleno de crecimiento y una sólida presencia digital.



**Thibault Levi-Martin**

Fondateur & Co-CEO

**Thibault Renouf**

Co-CEO

## Nuestra metodología

Para las clasificaciones del Barómetro de Partoo de 2025 hemos realizado un análisis de 23 339 puntos de venta (o PdV) de 106 clientes de Partoo en España que contaban con 1 122 459 reseñas en total en su ficha de Google Business Profile en 2024.

Todos los clientes seleccionados estaban suscritos a los productos Presence Management y Review Management de Partoo en 2024.

Hemos revisado todos los datos para asegurarnos de que reflejan fielmente la realidad a día 31 de diciembre de 2024.



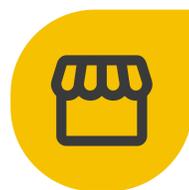
**106**

Clientes de Partoo



**+1M**

reseñas



**23 339**

puntos de venta



**2024**

período

## Nuestros criterios de clasificación

### Ranking de SEO local

Calculado a partir de cuatro métricas clave, cada una con un peso específico:

- Número de visualizaciones de la ficha de Google (40%)
- Número de solicitudes de itinerario en la ficha de Google (20%)
- Número de visitas al sitio web procedentes de la ficha de Google (20%)
- Número de llamadas realizadas a partir de la ficha de Google (20%)

### Ranking de reputación digital

Calculado a partir de cuatro métricas clave, cada una con un peso específico:

- Nota media de los clientes en la ficha de Google (30%)
- Número de reseñas recibidas en la ficha de Google (25%)
- Índice de respuesta a las reseñas del propietario de la ficha de Google (20%)
- Tiempo medio de respuesta a las reseñas del propietario de la ficha de Google (15%)
- Diversidad de respuestas a reseñas (10%)



**El valor de la  
presencia en línea**

## Entender la presencia en línea en 2025

En 2025, contar con una presencia en línea sólida ha dejado de ser una ventaja competitiva para convertirse en un requisito imprescindible, con un impacto directo en todos los aspectos, desde la captación de clientes hasta el crecimiento continuo. Para las empresas, sobresalir no es solo una cuestión de “existir” en Internet, **sino de construir una presencia estratégica que atraiga la atención, inspire confianza y fomente la interacción.**

### ABORDAR LOS PUNTOS CRÍTICOS DE LA VISIBILIDAD EN LÍNEA

Establecer una presencia en línea coherente es un desafío complejo, agravado por la rápida evolución del panorama digital. Uno de los principales retos para las empresas es enfrentarse a los cambios de algoritmos y mantenerse al día con las buenas prácticas específicas para cada plataforma, que afectan directamente a su visibilidad. **Esto es especialmente relevante en plataformas como Google, donde la visibilidad no está garantizada, sino que debe ganarse y mantenerse de manera activa.**

Otro de los obstáculos es gestionar la comunicación con los clientes mediante diferentes puntos de contacto digitales. Las reseñas, los mensajes en redes sociales y las consultas a través de fichas online pueden saturar a las empresas, sobre todo si no cuentan con sistemas optimizados para gestionarlas. La capacidad de responder de forma rápida y profesional al feedback de los clientes influye directamente en la percepción y reputación de la marca, lo que significa que las empresas necesitan herramientas potentes e integradas para comunicarse eficientemente con sus clientes.

### ANÁLISIS BASADOS EN DATOS SOBRE LAS BÚSQUEDAS Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

A medida que el mundo digital evoluciona, los datos corroboran lo fundamental que se ha vuelto la presencia en línea para el comportamiento del consumidor. Los estudios muestran que el 88% de los internautas buscan empresas en Google antes de tomar una decisión, lo que pone de relieve la necesidad de contar con un perfil bien gestionado y optimizado en esta plataforma.

**En un mundo donde las primeras impresiones a menudo ocurren en los resultados de búsqueda, las empresas con perfiles bien cuidados, completos y atractivos tienen una clara ventaja**

Además, a medida que las búsquedas móviles siguen creciendo, los consumidores esperan cada vez más información localizada y actualizada acerca de productos y servicios cercanos. Garantizar que los horarios, la información de contacto y las opciones de servicio sean precisos en todas las plataformas es crucial, ya que contar con datos dispares puede provocar que se pierdan oportunidades y disminuya la confianza en la marca.

## TENDENCIAS DIGITALES DEL 2025

Si observamos el panorama general, hay varias tendencias que ponen de manifiesto la importancia de contar con una estrategia digital global en 2025:



### Búsqueda visual y por voz

A medida que más usuarios dependen de los comandos de voz y las herramientas de búsqueda visual, las empresas deben adaptar su contenido para que pueda encontrarse a través de estos métodos.

Esto supone optimizar las palabras clave adaptadas al lenguaje natural y asegurarse de que las imágenes estén etiquetadas y descritas de manera eficiente para ser visibles en la búsqueda visual.



### SEO local y búsquedas de proximidad

Google prioriza los resultados locales, lo que significa que a las empresas puede ayudarles enormemente tener un perfil Google Business Profile bien optimizado.

Las búsquedas de proximidad o búsquedas de empresas “cerca de mí” han ganado popularidad, y los clientes esperan encontrar resultados inmediatos y relevantes según su ubicación.



### Interacción con el cliente mediante IA y personalización

La clave para distinguirse entre tantos competidores es la personalización.

Las empresas recurren cada vez más a herramientas de IA para adaptar la comunicación con los clientes, aprovechando los datos para proporcionar recomendaciones más relevantes, ofertas personalizadas y un servicio eficiente.

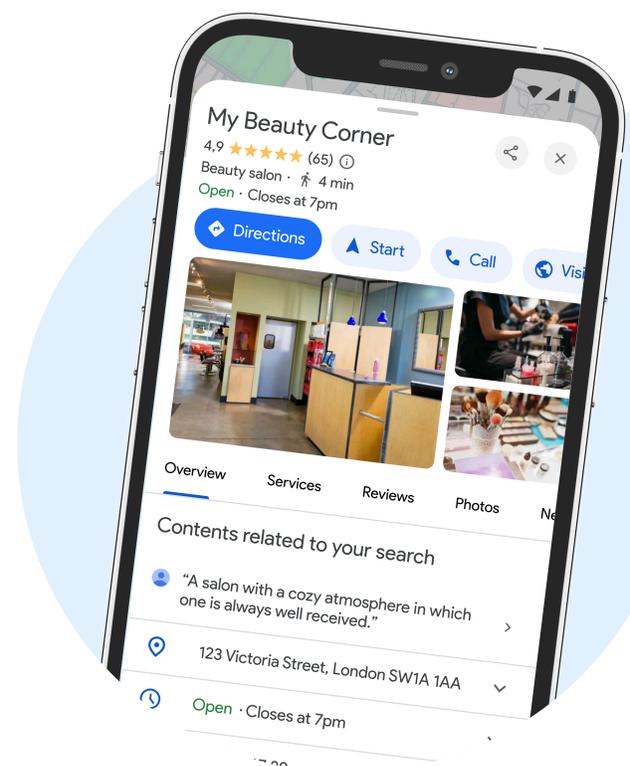
## CONCLUSIÓN:

### El impacto de Google Business Profile

A la hora de analizar los elementos de una presencia en línea impactante, Google Business Profile (GBP) se presenta como una herramienta fundamental para las empresas en 2025.

Más que una simple ficha, GBP actúa como un punto de contacto dinámico con los clientes, donde la empresa puede comunicar sus valores, servicios y actualizaciones en tiempo real.

Un perfil actualizado puede suponer la diferencia entre captar o perder a un cliente potencial en el competitivo entorno digital actual.



## NUESTRO PASEO DE LA FAMA DIGITAL

# Top 10 de clientes de Partoo con el mejor SEO local



Clasificación basada en la cantidad de visualizaciones, solicitudes de ruta, clics a la web y llamadas en la ficha de establecimiento.

## Menciones especiales

EMPRESA CON MAYOR NÚMERO DE CLIC A LA WEB



22 974

clics/PdV\*

EMPRESA CON EL MAYOR NÚMERO DE LLAMADAS TELEFÓNICAS



23 336

llamadas/PdV\*

EMPRESA CON EL MAYOR NÚMERO DE SOLICITUDES DE ITINERARIO



29 949

solicitudes/PdV\*

\*puntos de venta

## ¿QUÉ ES EL PORCENTAJE DE COMPLECIÓN?

El porcentaje de completación en Partoo desempeña un papel fundamental en la optimización del SEO local al garantizar que toda la información necesaria de una empresa está correctamente indicada y sincronizada en todos los directorios, motores de búsqueda y sitios de reseñas principales.

Un porcentaje de completación elevado influye directamente en los resultados del SEO local, ya que motores de búsqueda como Google priorizan los perfiles con información completa, consistente y regularmente actualizada.

Esta puntuación indica cualquier detalle que falta y que podría perjudicar a tu visibilidad en línea, para que puedas centrarte en completar los campos que influyen en tu posicionamiento en las búsquedas.

Mantener un perfil completo no solo aumenta las posibilidades de las empresas de aparecer en resultados de búsqueda locales, sino que también atraen más tráfico físico y más interacciones en línea.



## El consejo de Partoo

Anima a los clientes que dejan reseñas a ser muy específicos y a mencionar los servicios o productos que han adquirido.

Este tipo de palabras clave ayudan al algoritmo de Google a posicionar tu negocio en búsquedas competitivas e incluso pueden aparecer como “justificaciones”: las explicaciones de Google sobre por qué se muestra tu ficha. Así, tu empresa será más visible y relevante en los resultados locales.

## Ralarsa revela su estrategia

### ¿De qué maneras Partoo ayudó a configurar una estrategia que abordara los desafíos únicos de su negocio?

Ralarsa profesionalizó su SEO local y centralizó la gestión de más de 260 talleres y 200 unidades móviles con Partoo. Esto resolvió el desafío de unificar y optimizar su información online, asegurando actualizaciones constantes y mejorando su visibilidad. Además, Partoo facilitó la interacción con los clientes y proporcionó herramientas de automatización para gestionar reseñas y contenido, lo que fortaleció su reputación digital y aumentó la confianza de los usuarios.

### ¿Cómo alcanzaron este resultado y cuáles herramientas de Partoo fueron más impactantes para su negocio, y por qué?

Los resultados se lograron gracias a la gestión centralizada de fichas y las siguientes herramientas clave:

- **Gestión de fichas:** Unificación de información, imágenes, horarios y publicaciones, garantizando coherencia en todos los puntos de venta.
- **Automatización de respuestas:** Inteligencia artificial para responder más de 450 reseñas mensuales, mejorando la reputación.
- **Publicación masiva de contenido:** Uso de Google Posts con casi 10,000 publicaciones en 2023, incrementando visibilidad y posicionamiento.
- **Mensajería instantánea:** Implementación de WhatsApp, logrando un 20% más de entradas de servicio y facilitando interacciones con clientes.

Estas herramientas permitieron a Ralarsa mejorar su eficiencia, incrementar su visibilidad digital y obtener un crecimiento del 114% en la facturación online.

### ¿Puedes describir alguna buena práctica que te haya resultado especialmente útil al usar las herramientas de Partoo?

Ralarsa identificó estrategias clave para optimizar su presencia digital:

- Centralización de la gestión de fichas, evitando errores y garantizando información actualizada.
- Respuesta rápida a reseñas mediante automatización, aumentando la confianza de los usuarios.
- Publicación constante y masiva de contenido para mantener relevancia en línea.
- Uso de mensajería instantánea como canal directo para atender clientes y fomentar ventas cruzadas.
- Análisis de datos para ajustar estrategias y mejorar el posicionamiento local.

Estas prácticas ayudaron a Ralarsa a posicionarse como un referente en su sector, con una valoración promedio de **4,7 estrellas** y una **tasa de respuesta del 100%** en tres días.

# Construye una presencia online sólida

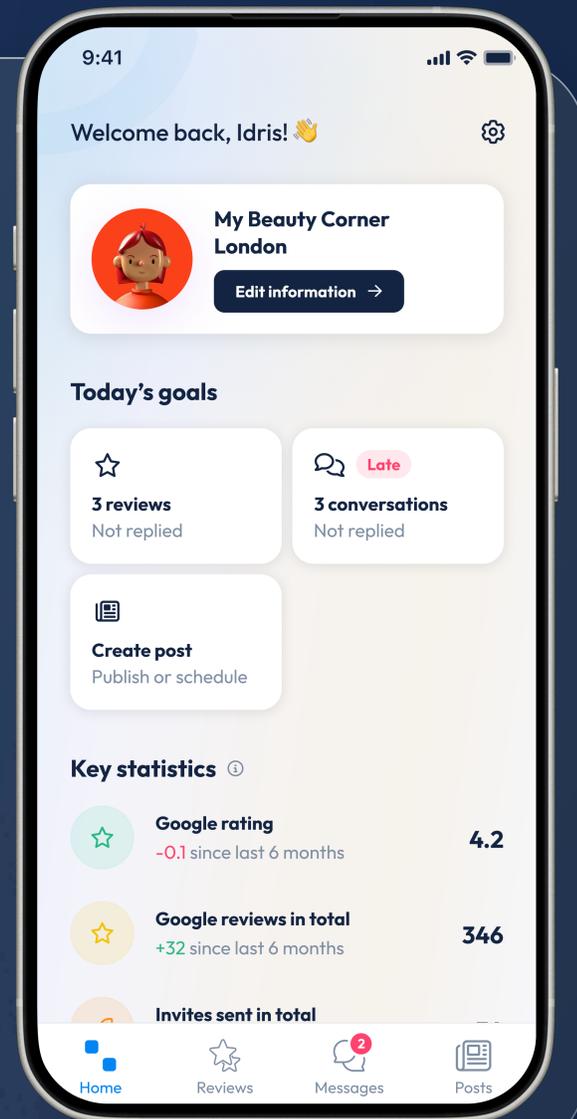
con  partoo

## Presence Management



Comparte la información de tu empresa fácilmente en **los principales buscadores, directorios, GPS y redes sociales** — todo al mismo tiempo.

-  **Controla tu huella digital:** gestiona la información online de cada establecimiento sin ningún esfuerzo.
-  **Mantén tu información al día:** asegúrate de que se comparte información actualizada en las plataformas más importantes.
-  **Realiza cambios fácilmente:** pon al día tu información en unos clics para que tus datos sean siempre exactos en todas partes.

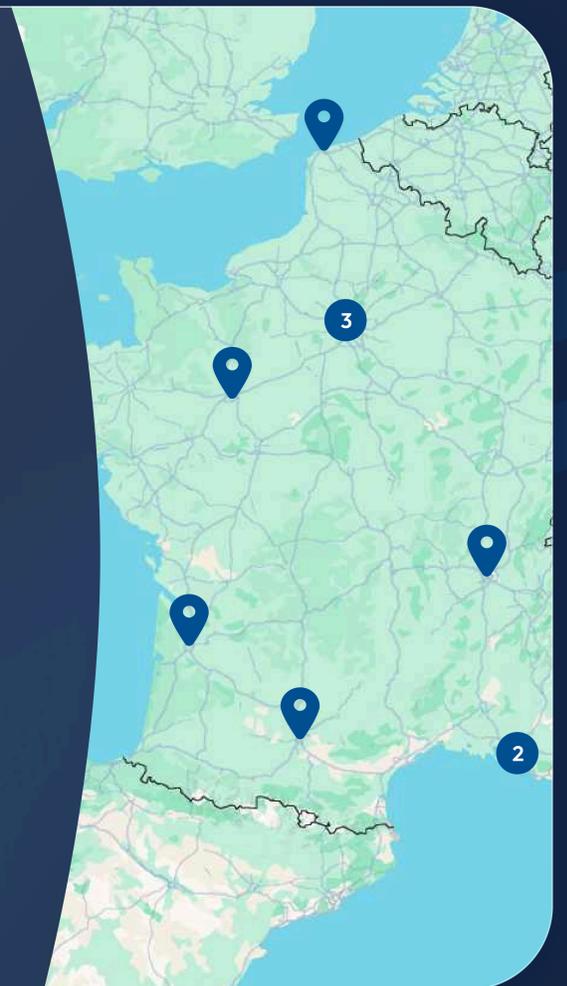


## Store Locator

Atrae más visitas a tus establecimientos y **mantente por delante de tus competidores en los resultados de búsqueda**

Mejora tu SEO local con un mapa interactivo y páginas de establecimiento personalizadas y diseñadas para llamar la atención del cliente.

-  **Aumenta tu visibilidad:** pónselo fácil a los clientes para que puedan encontrar tus establecimientos en unos clics.
-  **Mejora tu estrategia drive-to-store:** transforma las búsquedas en línea en visitas a la tienda con una experiencia interesante y fluida.



**Solicita una demo personalizada**

[Contáctanos](#) 



# **El poder de la reputación digital**

## Reputación: aumenta tus beneficios, gana clientes

En 2025, las reseñas en línea son mucho más que una medida de la satisfacción del cliente: son un motor poderoso de ingresos y de crecimiento. Para las empresas de todos los sectores, las reseñas se han convertido en un elemento clave de la reputación de la marca y de adquisición de clientes. En el panorama digital de hoy en día, cada reseña puede influir en la percepción del consumidor, en sus decisiones de compra y, en última instancia, en los resultados de una empresa.

Una reputación digital sólida puede atraer a clientes nuevos, ya que los clientes potenciales suelen confiar más en la opinión de otros usuarios que en la publicidad tradicional. Las empresas con reseñas positivas cuentan con más engagement y confianza por parte de sus clientes, lo que se traduce en un aumento de conversiones y negocios recurrentes que impulsan su rentabilidad.

### LOS DESAFÍOS DE GESTIONAR LA REPUTACIÓN DIGITAL EN 2025

Mantener una imagen positiva en el mundo digital actual presenta retos únicos. Solo con el volumen de reseñas recibidas en las diferentes plataformas, mantener una imagen positiva exige mucho más que simplemente vigilar los comentarios: requiere un enfoque proactivo y estratégico.

Ahora, las empresas se enfrentan a la doble tarea de responder rápidamente a los comentarios de los clientes y abordar los problemas que plantean. La presión es mayor que nunca, ya que la visibilidad de las reseñas implica que cada respuesta (o falta de respuesta) contribuye directamente a la reputación digital de una marca. Como ocurrió el año pasado, y sin sorpresa alguna, las reseñas siguen teniendo un impacto importante en las decisiones de los consumidores.

**Además, ahora que las reseñas son un factor clave en los rankings SEO y de búsquedas locales, las empresas deben tener en cuenta cómo su reputación digital afecta a su visibilidad.**



### Ideas clave

**52%**

de los internautas publican reseñas mensualmente, lo que refleja un aumento en la participación regular de los consumidores en el feedback en línea respecto a años anteriores

**81%**

de los consumidores consultan las reseñas de Google antes de visitar un establecimiento

**18%**

de aumento potencial en los ingresos para las empresas con un alto volumen de reseñas positivas, ya que los comentarios positivos aumentan la visibilidad y la confianza

## TENDENCIAS DE REPUTACIÓN DIGITAL EN 2025

Tras un 2024 marcado por las expectativas cambiantes y la evolución del comportamiento en línea de los consumidores, han surgido tres grandes tendencias que están transformando las estrategias para construir y gestionar la reputación digital.



### Respuestas rápidas con IA y personalización

La IA está revolucionando la gestión de la reputación digital al simplificar los procesos de respuesta y personalizar los comentarios.

Al priorizar las reseñas en función de su tono y urgencia, la IA ayuda a las empresas a crear respuestas personalizadas, aprovechando la información de los clientes para abordar sus preocupaciones de manera rápida y significativa. Esto fomenta la confianza y aumenta el engagement.



### Integración de contenido generado por usuarios

Las empresas están aprovechando cada vez más el contenido generado por usuarios (UGC), como reseñas, fotos o vídeos, para mejorar su reputación digital. El UGC se percibe como más auténtico y puede mejorar la confianza de los consumidores, el engagement y el posicionamiento en buscadores.

Esta tendencia impulsa a las marcas a solicitar activamente contenido a los clientes e incorporarlo en sus estrategias de marketing, mostrando experiencias reales.



### Transparencia y responsabilidad en la reputación

La transparencia se ha vuelto aún más indispensable en 2025, surgiendo como una tendencia clave para las empresas centradas en su reputación digital. Los consumidores esperan que las marcas asuman su responsabilidad y hablen abiertamente de problemas como retrasos o la calidad del producto.

Reconocer los problemas y mostrar esfuerzos para resolverlos ayuda a reconstruir la confianza y refuerza la credibilidad de la marca, convirtiendo la transparencia en una parte esencial de una buena gestión de la reputación.

## CONCLUSIÓN:

### El papel de la IA en la definición del futuro de la reputación digital

Con el continuo aumento de la importancia y el volumen de las reseñas en línea, una de las tendencias decisivas en reputación para 2025 es el uso de la inteligencia artificial para mantenerse al día con este crecimiento.

Las empresas que buscan mantener una ventaja competitiva están recurriendo cada vez más a herramientas basadas en IA para gestionar el aumento de comentarios. La IA permite a las empresas responder de manera eficiente, analizar el tono de los clientes e identificar proactivamente las áreas de mejora.

Para las marcas que quieran mantenerse a la vanguardia, adoptar herramientas de gestión de reputación basadas en IA ha pasado de ser una opción a convertirse en una necesidad para satisfacer las demandas de este panorama digital en constante evolución.

## NUESTRO PASEO DE LA FAMA DIGITAL

# Top 10 clientes de Partoo con mejor reputación digital



Clasificación basada en la tasa de respuesta, la nota media, el número de reseñas recibidas y el tiempo de respuesta.

## Menciones especiales



EMPRESA CON  
**MÁS RESEÑAS**



**47 212**

reseñas



EMPRESA CON  
**NOTA MEDIA MÁS ALTA**



**4,95**

nota media



EMPRESA CON  
**MEJOR TASA DE RESPUESTA**



**100%**

tasa de respuesta

## ¿QUÉ ES LO QUE DEFINE LA REPUTACIÓN DIGITAL DE UNA EMPRESA?

La reputación digital se basa en tres elementos centrales: el número de reseñas, la nota media y la capacidad de respuesta a los comentarios. Estos factores, en conjunto, influyen en cómo los clientes potenciales perciben tu negocio. Un alto volumen de reseñas indica que tu empresa está activa y que los usuarios confían en ella, lo que actúa como una prueba social que genera confianza. La nota o calificación media sirve como un indicador rápido de calidad, que además influye enormemente en las decisiones de los clientes.

Igual de importante es cómo se interactúa con las reseñas. Ofrecer respuestas consideradas y constantes, ya sea a críticas o a elogios, muestra que valoras las opiniones de los clientes y que buscas mejorar continuamente su experiencia. Esto refuerza la confianza y fomenta la fidelidad de tus clientes actuales.

Tu reputación digital es más que una instantánea del sentimiento de los clientes: es un reflejo dinámico y en constante evolución de cómo tu negocio cumple con las expectativas y se adapta al feedback recibido. Al cuidar estos aspectos, tu empresa se posiciona como confiable y orientada al cliente, lo que facilita la atracción y retención de clientes.



### El consejo de Partoo

**Al recopilar reseñas de Google, la consistencia es clave para mantener una reputación digital sólida.**

Para evitar levantar sospechas del algoritmo de Google, es fundamental solicitar reseñas de manera constante y natural. Un aumento repentino de reseñas en poco tiempo puede parecer poco auténtico y podría llevar a la eliminación de reseñas o a la imposición de restricciones a la cuenta.

En lugar de saturar al sistema con una avalancha de reseñas en un solo día, opta por una estrategia de recepción de reseñas regular y espaciada. Esto garantiza que tus reseñas se perciban como orgánicas y creíbles, tanto para el algoritmo de Google como para tus clientes.

Una estrategia constante de recopilación de reseñas no solo ayuda a evitar sanciones, sino que también construye una reputación digital confiable y auténtica con el tiempo.

## Sibuya revela su estrategia

### ¿Cómo mejoraron su reputación online y cómo las herramientas de Partoo contribuyeron a alcanzar sus objetivos?

Grupo Sibuya mejoró su reputación online gracias a una gestión activa de las fichas de Google y a la interacción constante con los clientes en múltiples canales. Utilizaron las herramientas de Partoo para:

- Optimizar fichas locales (horarios, menús, etiquetas, etc.).
- Responder reseñas de manera eficiente, incluso usando IA para agilizar las respuestas.
- Publicar contenido simultáneamente en todas sus fichas (Google Post, Facebook Post), lo que ayudó en aperturas de nuevos locales y cambios de carta.

Estas acciones aumentaron su posicionamiento local y generaron más tráfico hacia sus restaurantes, logrando:

- Un 86% más de impresiones por búsqueda.
- Un 136% más de visualizaciones.
- Un 22% más de acciones sobre sus fichas.

### ¿Qué buenas prácticas han descubierto al utilizar las herramientas de Partoo para gestionar su reputación online?

Gracias a las buenas prácticas que nombramos a continuación, el Grupo Sibuya ha podido alcanzar altas valoraciones online (4,7 de media) y ser reconocido como "The Best Digital Restaurant" en España en 2023:

#### 1. Optimización constante de fichas locales:

- Mantener los horarios actualizados, incluso en festivos.
- Añadir etiquetas relevantes (terraza, acceso para discapacitados, etc.).

#### 2. Gestión activa de reseñas:

- Responder la mayoría de las reseñas, usando IA para ahorrar tiempo.
- Valorar las reseñas como una oportunidad para interactuar y mejorar.

#### 3. Publicación de contenido relevante y en tiempo real:

- Usar Google Post y Facebook Post para comunicar eventos, cambios de carta o novedades.
- Sincronizar las publicaciones en todos los locales para mayor eficiencia.

#### 4. Implementación de botones de reserva:

- Facilitar la reserva directa desde las fichas de Google, aumentando las conversiones.

#### 5. Uso de WhatsApp como canal clave:

- Gestionar mensajes en tiempo real durante 12 horas al día.
- Mantener una comunicación fluida y rápida con los clientes a través de este canal.

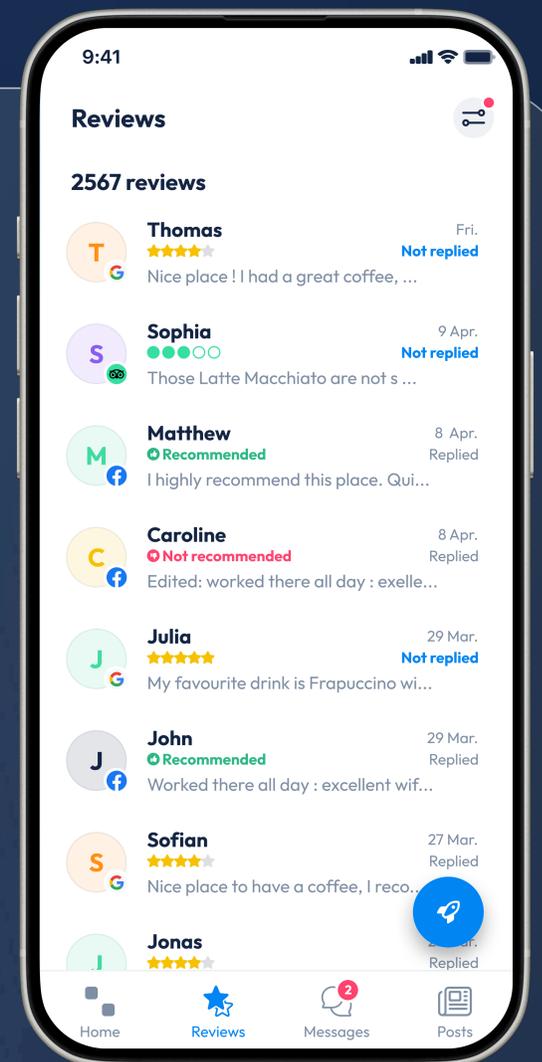
# Consolida una reputación digital excepcional

con  partoo

## Review Management

**Gestiona y mejora fácilmente tu reputación digital desde una única plataforma, en el móvil o en la web**

-  **Reseñas centralizadas:** accede y responde a las reseñas de Google, Facebook y TripAdvisor en un único lugar. Filtra por establecimiento, nota o palabra clave, y responde fácilmente.
-  **Respuestas automáticas:** ahorra tiempo con las respuestas automáticas a reseñas simples para que puedas concentrarte en lo que realmente importa.
-  **Modelos personalizados:** responde rápidamente con plantillas predefinidas y añade un toque personal, como el nombre del cliente.



## Review Booster

**Recopila más reseñas sin esfuerzo**

-  **Invitaciones por SMS:** envía solicitudes personalizadas que harán que dejar una reseña sea rápido y sencillo.
-  **Códigos QR:** dirige a tus clientes a tus páginas de reseñas con códigos para escanear.

## Feedback Management

**Aumenta la satisfacción del cliente recogiendo y considerando sus ideas clave**

-  **Una interfaz con la “voz del cliente” unificada:** gestiona todo el feedback desde un mismo lugar.
-  **Encuestas a medida:** recopila las preferencias específicas de los clientes con cuestionarios personalizables.
-  **Ideas útiles:** comprueba la satisfacción por establecimiento y mejora la calidad del servicio.

**Solicita una demo personalizada**

**Contáctanos** 



# **El potencial de sectores clave**

## El papel fundamental de la reputación digital en la industria automotriz

En la industria automotriz, donde las compras implican un gran compromiso financiero, las reseñas tienen un papel esencial en la construcción de la confianza del consumidor. Los estudios señalan que más del 80% de los compradores potenciales de automóviles leen reseñas en línea antes de realizar una compra, lo que pone de manifiesto la importancia de este feedback en el proceso de compra.

La compra de un vehículo es una inversión importante, y los compradores potenciales confían en gran medida en las experiencias de otros consumidores para evaluar la fiabilidad de un concesionario, la profesionalidad de un centro de servicio o incluso el funcionamiento de un modelo específico de automóvil. Para los concesionarios y proveedores de servicios, una sólida reputación digital puede resultar un factor decisivo para captar nuevos clientes y conseguir su fidelización.

### LOS DESAFÍOS A LA HORA DE RECOPIRAR RESEÑAS

A pesar del importante papel de las reseñas en línea en la industria automotriz, conseguir feedback sigue suponiendo un gran reto. Hay diversos factores que complican la recopilación de reseñas:

#### Transacciones poco frecuentes

A diferencia de otros bienes de consumo, la compra de automóviles es un evento poco frecuente. Aunque una reseña positiva puede tener un gran impacto, el número de interacciones con los clientes tiende a ser menor, lo que reduce las oportunidades naturales para solicitar feedback.

#### Customer journey complejo

Comprar un vehículo rara vez es una transacción sencilla; suele incluir varios pasos, como investigación, pruebas, conversaciones sobre financiamiento, negociaciones y seguimiento del servicio. Con todos estos puntos de contacto, encontrar el momento ideal para solicitar una reseña puede ser todo un reto.

### CUÁNDO Y CÓMO SOLICITAR RESEÑAS

Para superar estos retos, el momento y la estrategia son esenciales. El momento ideal para solicitar una reseña puede variar según la etapa del customer journey. Por ejemplo, los concesionarios podrían considerar enviar un correo de seguimiento una semana después de la compra para que el comprador tenga tiempo de probar su automóvil nuevo. Los centros de servicio, por su parte, podrían solicitar feedback directamente después de una visita de mantenimiento, cuando la interacción aún está reciente en la mente del cliente.

Para un sector tan dinámico y competitivo como el automotriz, establecer una estrategia bien diseñada y proactiva para gestionar y solicitar reseñas no solo es una ventaja: es indispensable para cultivar la confianza a largo plazo y garantizar una reputación digital sólida que destaque en un mercado saturado.

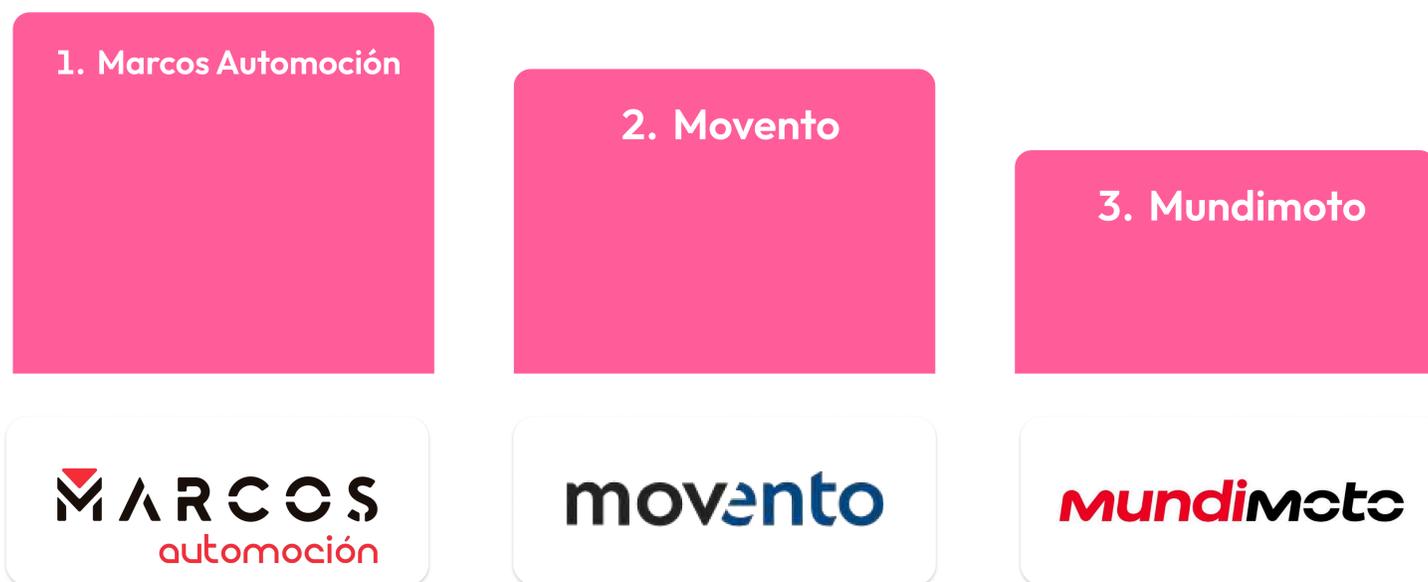


**159 261**  
nuevas reseñas  
en 2024

-13% desde 2023

TOP 3 DE EMPRESAS CON

# la mejor reputación digital en la industria automotriz



## Menciones especiales



EMPRESA CON  
**MÁS RESEÑAS**



**38 995**

reseñas



EMPRESA CON  
**NOTA MEDIA MÁS ALTA**



**4,74**

nota media



EMPRESA CON  
**MEJOR TASA DE RESPUESTA**



**100%**

tasa de respuesta



## Éxito en la industria automotriz



Hemos subido el score de 4,5 a 4,7 estrellas y hemos tenido un crecimiento aproximado de un 40% en el volumen total de reseñas» nos cuenta Adrià Alert, Director de Marketing y comunicación de Ralarsa.



Director de Marketing y comunicación - Ralarsa

## El papel fundamental de la reputación digital en el sector de la belleza y el cuidado personal

En el sector de la belleza y el cuidado personal, donde la confianza y la experiencia son esenciales, las reseñas tienen un papel esencial en el proceso de toma de decisiones. Ya sea un salón, un spa o una clínica de cuidado facial, los clientes son particularmente cautelosos a la hora de confiar su apariencia y bienestar a un proveedor de servicios.

Los estudios revelan que casi el 80% de los consumidores leen reseñas en línea antes de escoger un servicio de belleza o bienestar, buscando garantía de calidad, seguridad y fiabilidad. Dado lo delicado del cuidado personal, los clientes prefieren empresas con un historial comprobado de feedback positivo, con lo que es esencial que los proveedores de servicios de belleza cultiven una reputación digital sólida para atraer a nuevos clientes y generar confianza.

### LOS DESAFÍOS A LA HORA DE RECOPILAR RESEÑAS

Aunque las reseñas en línea son esenciales, las empresas en el sector de la belleza y el cuidado personal se enfrentan a retos únicos a la hora de recopilar feedback:

#### Cuestiones de privacidad

Los tratamientos de belleza y cuidado personal son experiencias íntimas. Los clientes pueden mostrarse reticentes a hablar públicamente sobre servicios como la depilación, el cuidado de la piel o la remodelación corporal, por considerarlos temas demasiado personales.

#### Impacto emocional de experiencias negativas

Una experiencia negativa, como un mal corte de pelo o una reacción adversa en la piel, puede generar un intenso impacto emocional, lo que lleva a los clientes a expresar rápidamente su descontento, mientras son más reservados con experiencias positivas.

### CUÁNDO Y CÓMO SOLICITAR RESEÑAS

El momento ideal para solicitar una reseña en el sector de la belleza varía en función del tipo de servicio prestado. Para servicios que ofrecen resultados inmediatos, como un corte de pelo o una manicura, es mejor pedir feedback justo después de la cita, cuando es más probable que el cliente esté satisfecho con los resultados. Un simple correo o mensaje después de la cita, o incluso un código QR en el espejo o en el mostrador pueden ponérselo fácil al cliente para que deje una reseña en el momento.

Por otro lado, para tratamientos que requieren varias sesiones o tiempo para notar resultados, como el rejuvenecimiento facial, es mejor esperar antes de pedir feedback. En estos casos, esperar hasta que el cliente vea los resultados del tratamiento (tras la segunda o tercera sesión) puede dar lugar a reseñas más completas y positivas. Elegir el momento adecuado aumenta las posibilidades de recibir una reseña favorable.



# 136 047

nuevas reseñas  
en 2024

+0,1% desde 2023

## TOP 3 DE EMPRESAS CON

# la mejor reputación digital en el sector de la belleza y el cuidado personal



## Menciones especiales



EMPRESA CON  
**MÁS RESEÑAS**



**33 605**

reseñas



EMPRESA CON  
**NOTA MEDIA MÁS ALTA**



**4,92**

nota media



EMPRESA CON  
**MEJOR TASA DE RESPUESTA**



**100%**

tasa de respuesta



## Éxito en el sector de la belleza



En menos de un año hemos recibido casi 20 mil reseñas y hemos pasado de una toda de 4,5 a 4,8. Estamos rozando la excelencia.



Director de Marketing · Vitaldent

## El papel fundamental de la reputación digital en el sector de la restauración

La industria de los restaurantes es altamente competitiva y destacar a menudo depende de la reputación digital. Hoy en día, los clientes confían en las reseñas más que nunca: casi el 90% las consulta antes de decidir dónde comer, convirtiéndolas en un factor clave para la toma de decisiones.

Como uno de los sectores con más reseñas, los restaurantes lidian con retos singulares, como gestionar grandes cantidades de comentarios o responder adecuadamente al feedback negativo. Saber gestionar este aspecto es imprescindible para atraer nuevos clientes y generar fidelización.

### LOS DESAFÍOS A LA HORA DE RECOPILAR RESEÑAS

Aunque los restaurantes están entre los negocios que más feedback reciben, este volumen de reseñas viene con sus propios retos:

#### Lidiar con feedback negativo

Cuantas más reseñas reciba un restaurante, más probable será encontrar opiniones negativas. Gestionarlas correctamente implica ofrecer respuestas rápidas, profesionales y empáticas que reflejen intención de mejorar.

#### Combatir las reseñas falsas

La creciente relevancia de las reseñas ha traído consigo el problema de los comentarios falsos. Detectar y reducir su impacto es clave para conservar la confianza y la credibilidad frente a los clientes.

### CÓMO GESTIONAR LAS RESEÑAS EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

Gestionar las reseñas en la industria de los restaurantes requiere de un enfoque que combine reactividad, autenticidad y estrategia. Se debe responder a las reseñas negativas con un agradecimiento, reforzando la fidelización de los clientes, a la vez que se ofrecen respuestas rápidas y profesionales a los comentarios negativos para aclarar las preocupaciones de los clientes y demostrar que se quiere mejorar. El tiempo de respuesta también es clave: responder en menos de 24 horas demuestra a tus clientes que su opinión cuenta.

Los restaurantes también pueden fomentar reseñas detalladas pidiendo a los comensales que compartan su opinión poco después de su visita, cuando la experiencia aún está fresca en su memoria. En un mercado altamente competitivo, una gestión efectiva de las reseñas no solo refuerza la confianza de los clientes, sino que también mejora la reputación del restaurante, garantizando su relevancia online y offline.



**176 749**  
nuevas reseñas  
en 2024

+7,7% desde 2023

## TOP 3 DE EMPRESAS CON

# la mejor reputación digital en el sector de la restauración

1. La Mafia se sienta a la mesa

**LaMafia**  
SE SIENTA A LA MESA

2. Areas

 **areas**

3. Sibuya Urban Sushi Bar

  
**SIBUYA**  
URBANSUSHIBAR

## Menciones especiales



EMPRESA CON  
**MÁS RESEÑAS**



**47 212**

reseñas



EMPRESA CON  
**NOTA MEDIA MÁS ALTA**



**4,66**

nota media



EMPRESA CON  
**MEJOR TASA DE RESPUESTA**



**98%**

tasa de respuesta



## Éxito en el sector de la restauración

“

Operamos en una industria donde ya casi nadie va a un restaurante sin primero ver reseñas o verificar la nota media. Esto nos obliga a mantener la información actualizada en todo momento.

”

**Ángel Luis Díez,**  
CMO · Grupo Sibuya

## El papel fundamental de la reputación digital en el comercio de moda

En el competitivo ámbito del retail de moda, donde las primeras impresiones son clave, las reseñas en línea se han convertido en un factor determinante para moldear la percepción de los clientes. Los estudios muestran que más del 60% de los consumidores consultan reseñas antes de visitar una tienda de ropa, confiando en este feedback para evaluar aspectos como la atención del personal, la limpieza de la tienda o incluso la facilidad para encontrar la talla adecuada.

Una buena reputación digital puede generar mayor tráfico a la tienda, convertir curiosos en compradores y asegurar la fidelidad de los clientes para temporadas futuras.

### LOS DESAFÍOS A LA HORA DE RECOPIRAR RESEÑAS

A pesar de su importancia, recopilar reseñas en la industria del retail de moda implica desafíos particulares:

#### Prioridad del cliente en la satisfacción instantánea

Los compradores en tiendas físicas suelen centrarse en la satisfacción inmediata de su compra y tienden a reflexionar menos sobre su experiencia global. Esta mentalidad de “comprar y seguir” deja poco espacio para considerar dejar una reseña.

#### Interacciones breves

En tiendas donde los clientes realizan compras rápidas, como un accesorio o un solo artículo, la interacción puede parecer demasiado breve para dejar una impresión duradera, lo que disminuye la probabilidad de obtener reseñas.

### CÓMO Y CUÁNDO SOLICITAR RESEÑAS

Para superar estos retos, los minoristas de moda necesitan una estrategia proactiva y centrada en el cliente para recopilar reseñas. Un enfoque eficiente consiste en interactuar con los clientes en momentos clave durante su visita. Por ejemplo, se puede formar al personal para que solicite feedback de manera casual durante el pago y colocando recordatorios sutiles en la tienda, como códigos QR en recibos, espejos o probadores, para facilitar que los clientes compartan su opinión mientras la experiencia está fresca.

Por último, es fundamental gestionar las reseñas con cuidado. Responder tanto a comentarios positivos como negativos demuestra profesionalidad y un interés genuino en mejorar la experiencia del cliente. En un sector donde las modas evolucionan rápidamente, pero las percepciones de los clientes permanecen, una gestión de reseñas eficiente permite a los minoristas de moda seguir siendo relevantes, atraer nuevos compradores y generar una confianza duradera en sus comunidades locales.

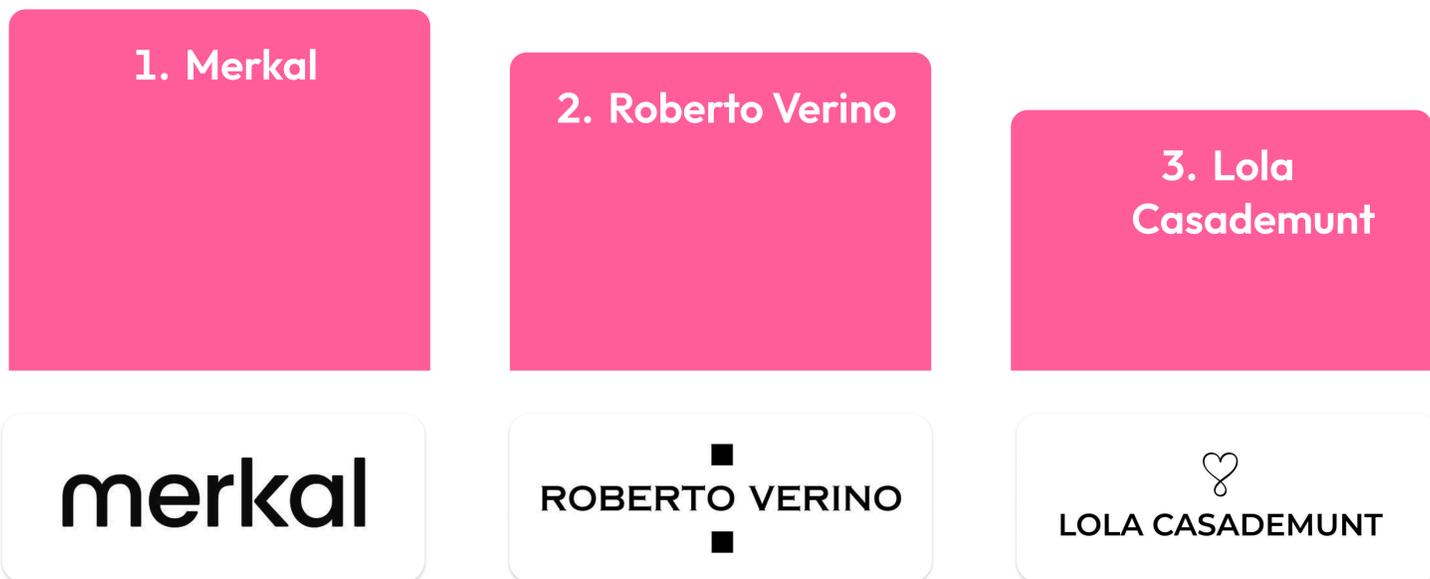


**127 278**  
nuevas reseñas  
en 2024

-35% desde 2023

TOP 3 DE EMPRESAS CON

# la mejor reputación digital en el comercio de moda



## Menciones especiales



## Éxito en el comercio de moda



Los resultados tuvieron un impacto directo en la visibilidad de las tiendas y también notamos un aumento en las visitas a las tiendas pop-up.



**Serena Andreotti**

Responsable de Experiencia Directa del Cliente en EMEA · Havaianas

## El papel fundamental de la reputación digital en el sector bancario y de seguros

En los sectores de la banca y los seguros, la confianza es la base de toda relación con el cliente. Estas son industrias donde las decisiones tienen un impacto financiero duradero, y los consumidores tienden a ser naturalmente cautelosos a la hora de elegir proveedores.

Ya sea elegir un banco para abrir una cuenta o decidirse por una póliza de seguro para proteger sus bienes, los clientes necesitan sentirse seguros con su elección. En este contexto, las reseñas en línea tienen un papel fundamental a la hora de construir la confianza de los clientes y guiar sus decisiones. Los estudios indican que más del 60% de los consumidores consultan reseñas antes de tomar decisiones relacionadas con banca o seguros, buscando garantías sobre la fiabilidad del servicio, la transparencia y la calidad del soporte al cliente. En este entorno tan crítico, contar con feedback positivo puede ser un factor decisivo para atraer y retener clientes.

### LOS DESAFÍOS A LA HORA DE RECOPIRAR RESEÑAS

A pesar de que las reseñas son fundamentales, recopilar feedback en los sectores de la banca y los seguros presenta distintos obstáculos:

#### Relaciones duraderas con los clientes

A diferencia de otros sectores, los servicios bancarios y de seguros son compromisos a largo plazo, lo que dificulta identificar el momento adecuado para pedir reseñas. Los clientes suelen esperar a tener una experiencia completa con el servicio antes de opinar.

#### Cuestiones de privacidad

Dada la naturaleza sensible de los servicios bancarios y de seguros, las preocupaciones por la privacidad pueden hacer que los clientes se muestren reacios a compartir su experiencia públicamente, incluso tras una experiencia positiva.

### CUÁNDO Y CÓMO SOLICITAR RESEÑAS

Dada la naturaleza sensible de los servicios bancarios y de seguros, es importante ser proactivo al solicitar reseñas. En este sector, las reseñas positivas no suelen surgir de manera espontánea, y no pedir activamente reseñas puede hacer que las empresas pierdan valiosas oportunidades para construir confianza y credibilidad.

Ya que las interacciones con los clientes son menos frecuentes, puede ser complicado saber cuándo solicitar feedback. Para servicios delicados como préstamos o reclamaciones, es fundamental asegurarse de que se haya establecido confianza antes de solicitar una reseña. Solicitarla demasiado pronto o con el enfoque equivocado puede parecer poco sincero o insistente, lo que podría dañar la relación. La mejor estrategia es pedir una reseña después de que el cliente haya tenido tiempo de experimentar plenamente el servicio y reflexionar sobre él, asegurando una base de confianza positiva para solicitar la reseña.

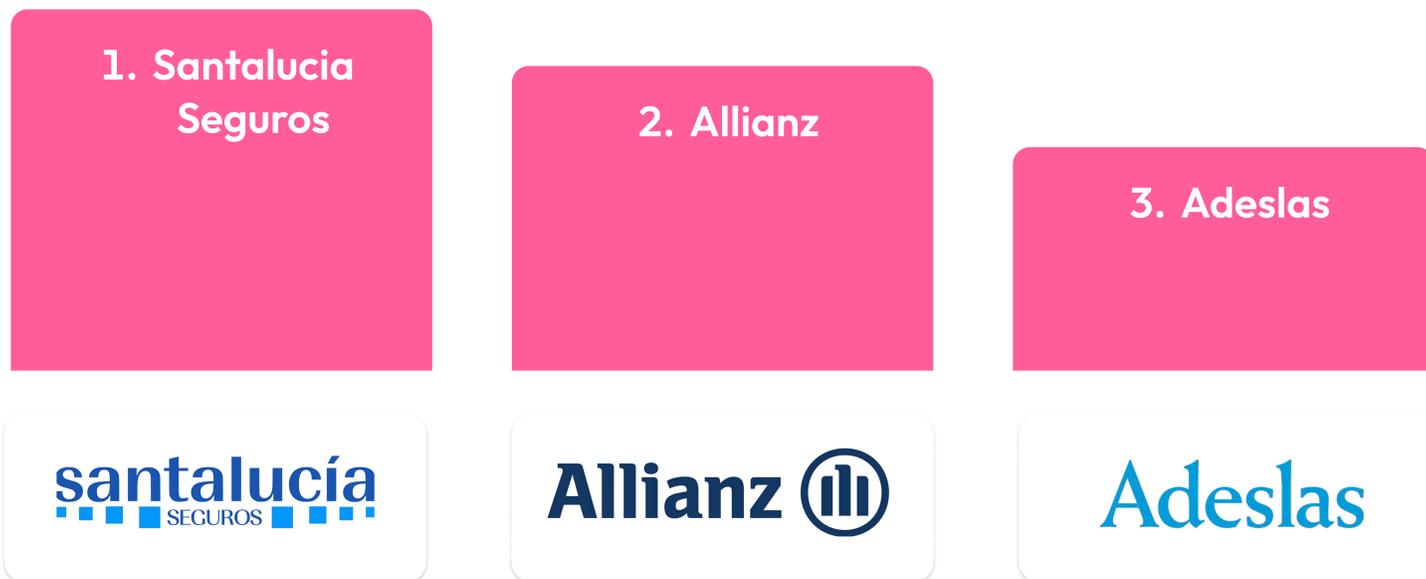


**40 162**  
nuevas reseñas  
en 2024

+56% desde 2023

TOP 3 DE EMPRESAS CON

# la mejor reputación digital en el sector bancario y de seguros



## Menciones especiales



EMPRESA CON  
**MÁS RESEÑAS**



**21 454**

reseñas



EMPRESA CON  
**NOTA MEDIA MÁS ALTA**



**4,93**

nota media



EMPRESA CON  
**MEJOR TASA DE RESPUESTA**



**100%**

tasa de respuesta



## Éxito en la banca y los seguros



Hemos notado un fuerte incremento en el número de llamadas y en la presencia digital de nuestras agencias, sobre todo en relación a otras compañías del sector.



**Laura Garbayo**

Project Leader en Generali España

## El papel fundamental de la reputación digital en el sector de la distribución alimentaria

En la industria de la distribución alimentaria, la confianza y la conveniencia son los pilares de la fidelidad del cliente. Los supermercados y las tiendas de comestibles forman parte integral de la vida diaria, pero a menudo tienen dificultades para generar un engagement notable en línea. A diferencia de otros sectores como la restauración o la banca, donde las experiencias son más personales o significativas, la compra de alimentos suele considerarse una tarea rutinaria.

Sin embargo, las reseñas en línea están adquiriendo cada vez más importancia, incluso en la distribución alimentaria. Los estudios indican que los compradores confían más en establecimientos con notas altas y reseñas detalladas, sobre todo al decidir dónde comprar productos especializados o frescos, como alimentos locales. En un sector altamente competitivo, contar con reseñas positivas puede ser clave para consolidar la confianza y demostrar un compromiso con la calidad, que en última instancia influye en la decisión de los consumidores y fomenta su fidelidad a largo plazo.

### RETOS A LA HORA DE RECOPIRAR RESEÑAS

A pesar de que las reseñas son fundamentales, conseguirlas en el sector de la distribución alimentaria presenta retos particulares:

#### La naturaleza cotidiana de las compras

Hacer la compra es una actividad rutinaria que los clientes suelen percibir como transaccional, por lo que rara vez dejan reseñas, incluso cuando su experiencia es positiva.

#### Alto volumen de transacciones

Los supermercados procesan miles de transacciones a diario, lo que puede hacer que las experiencias individuales de los clientes parezcan menos personales y más difíciles de convertir en reseñas.

### CUÁNDO Y CÓMO SOLICITAR RESEÑAS

A diferencia de otros sectores, donde las compras emocionales o de gran impacto generan feedback de forma natural, los supermercados deben crear activamente oportunidades de engagement para recoger reseñas significativas.

Para ello, deben identificar momentos clave en el customer journey en los que los consumidores se paren a reflexionar positivamente sobre su experiencia. Por ejemplo, mandar una solicitud de reseña después de que los clientes usen un servicio nuevo, como click and collect o reparto a domicilio, o después de que canjeen una recompensa de fidelidad, puede ser muy efectivo.

Es igual de importante cómo se formula la solicitud de una reseña. Un “Déjanos una reseña” genérico puede no ser suficiente, mientras que un mensaje personalizado y específico puede marcar una gran diferencia. Animar a los clientes a compartir su opinión sobre un aspecto concreto de su experiencia (como la frescura de los productos, la amabilidad del personal o la facilidad para moverse por la tienda) puede dirigirlos a dejar comentarios detallados.



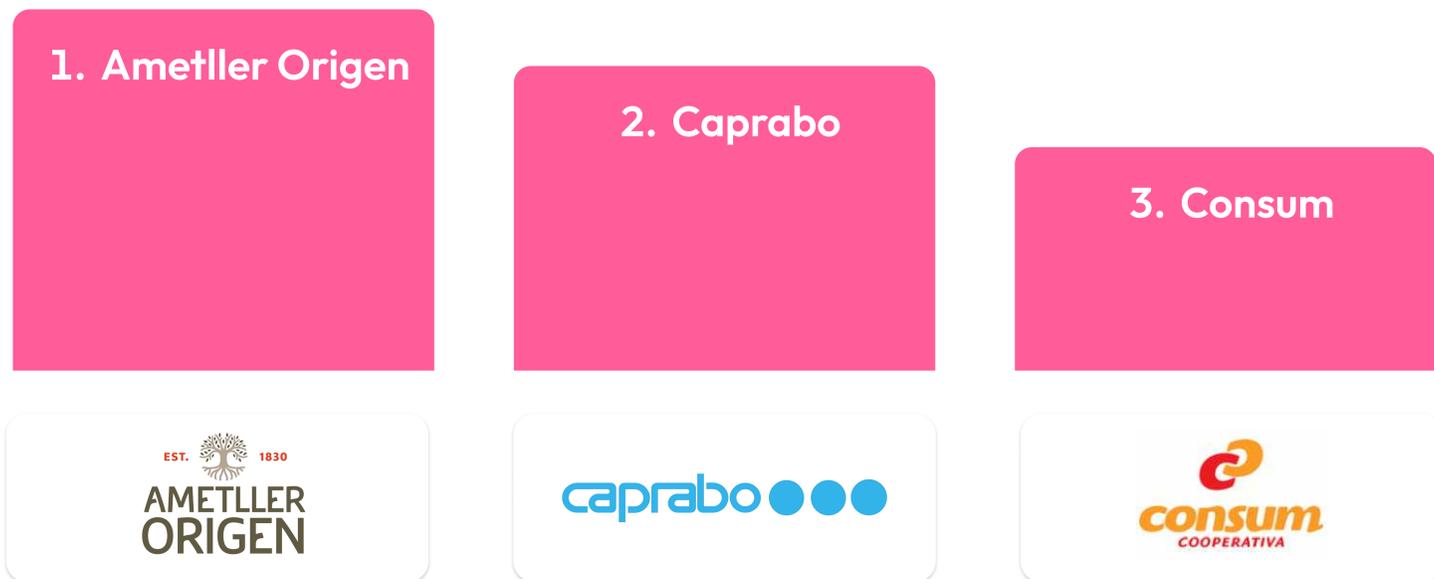
52825

nuevas reseñas  
en 2024

-9,7% desde 2023

## TOP 3 DE EMPRESAS CON

# la mejor reputación digital en el sector de la distribución alimentaria



## Menciones especiales



## Éxito en la distribución alimentaria

“ Aparecer en los primeros resultados para búsquedas como “supermercado cerca de mí” y la mejora en las fichas en GBP, con información relevante como horarios, fotos, servicios, y reseñas, es el beneficio específico y más inmediato. Supone una sinergia entre los canales digitales y físicos. ”

**Ana Gil**  
Responsable de SEO - Alcampo



la plataforma  
**todo en uno**  
para tu marketing local



**¡Aumenta ya tus ingresos en tienda!**

Solicita una demo personalizada

[Contáctanos](#)