



El 91% de los jóvenes españoles ha sufrido malentendidos en redes sociales o hablando por teléfono

EP | El 91% de los españoles con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años afirma haber tenido al menos un malentendido a través de redes sociales o hablando por el móvil y un 41 por ciento de ellos ha sentido que sus relaciones se enfrían tras estos.

Así lo recoge el estudio, 'McCafé: conversaciones 2.0 VS conversaciones reales' realizado por McDonald's en colaboración con Ipsos, que afirmado que cuánto más jóvenes son los usuarios, más protagonismo tienen en sus vidas los móviles y redes sociales y, por ende, sufren un mayor número de malentendidos. Además, el estudio ha concretado que el 32 por ciento de los jóvenes españoles estima que más del 70% de sus conversaciones se producen a distancia.

Teniendo en cuenta el protagonismo de las redes sociales, en la actualidad un 47 por ciento de las conversaciones se producen online y, por tanto, esto provoca un

mayor riesgo de sufrir malentendidos, lo que hace que un 77 por ciento de la sociedad española los haya sufrido alguna vez, de los cuales, el 57 son protagonizados por las relaciones entre amigos. Le siguen de cerca las relaciones de pareja.

Sin embargo, cuanto mayor es la edad de los entrevistados en el estudio, menor es el porcentaje de malentendidos sufridos. Aún así, este «continúa siendo significativo» en los adultos de edades comprendidas entre los 35 y los 44 años, de los cuales un 80 por ciento han declarado haber sufrido un malentendido. En el caso de los mayores de 45 años, este porcentaje se reduce a un 65.

La directora de Marketing de McDonald's España, Natalia Echeverría, ha afirmado que «los resultados del estudio son reveladores ya que nueve de cada diez españoles consideran que hablar en persona es lo más efectivo para comunicarse».

En este sentido, Echeverría ha declarado que «vivimos en una época en la que la mayor parte de nuestras conversaciones se producen a distancia» y ha añadido que para McDonald's «las relaciones interpersonales se enriquecen cuando se comparten momentos de verdad».

Con el objetivo de fomentar las conversaciones interpersonales, McDonald's inaugurará la próxima semana una instalación temporal en el centro de Madrid, en la plaza de Felipe II, compuesta por un carrusel de tazas de McCafé de tamaño gigante, que giran sobre sí mismas y alrededor de una plataforma. La atracción estará habilitada desde el 21 hasta el 23 de febrero.

Como consecuencia de ello, la directora de marketing de McDonald's España ha informado de la existencia de más de 300 espacios McCafé repartidos por toda España para facilitar a los consumidores un espacio en el que mantener conversaciones reales, cara a cara, a cualquier hora del día, sin prisas y alrededor de un café de calidad, y sostenible».