

Madrid, 8 de abril de 2025

## La hostelería europea lanza una campaña contra las reseñas falsas en internet

- **CEHAT se suma a la iniciativa #StopFakeReviews para defender la reputación digital de los establecimientos.**

Ante el preocupante aumento de las reseñas falsas en internet de los últimos años, la **FIPE** (principal asociación del sector de la restauración, el ocio y el turismo en Italia), respaldada por **HOTREC** (asociación que representa a los hoteles, restaurantes, bares y cafés y establecimientos similares en Europa) y otras asociaciones europeas, ha puesto en marcha la campaña online **#StopFakeReviews** contra las reseñas falsas en el entorno digital.

Dada la gravedad del asunto y su impacto en España, la **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)** se ha unido a la iniciativa para reforzar el compromiso del sector con la transparencia y la competencia leal en la hostelería nacional y para poner de relieve la necesidad de adoptar medidas que aseguren la veracidad y fiabilidad de las opiniones digitales

### Impacto de las reseñas falsas en Europa y España

Las reseñas online juegan un papel fundamental en la elección de hoteles, restaurantes, bares, cafés, etc. Tanto es así que, según datos de TheFork Manager, **un 79% de los usuarios confía en las opiniones online de la misma manera que en las de amigos y familiares**, subrayando la influencia que estas tienen en el comportamiento del consumidor.

Sin embargo, la proliferación de reseñas falsas no solo distorsiona la percepción del mercado, sino que también afecta a la confianza del consumidor, perjudicando a los negocios y desincentivando una competencia justa. De hecho, cuando estas opiniones son falsas, las consecuencias pueden ser devastadoras. Así lo demuestra, por ejemplo, un estudio de Harvard Business School, que ha demostrado que **una sola reseña adicional, con una estrella extra en una plataforma popular, puede incrementar los ingresos de una empresa entre un 5% y un 9%**, mientras que la difusión de **reseñas falsas** puede causar **daños económicos significativos y deteriorar la confianza del consumidor**.

Según datos de la Comisión Europea (CE), **el 64% de las webs que publican reseñas online no pueden verificar su autenticidad**. Asimismo, el Consumer Scoreboard 2025 de la CE alerta de que el **66% de los consumidores europeos han encontrado reseñas falsas en el último año**. Estos datos evidencian la magnitud de un problema que perjudica la confianza de los usuarios y afecta a los establecimientos.

La problemática de las reseñas falsas tiene una dimensión europea, con una notable incidencia en España, donde la gravedad del asunto también se ha hecho evidente con

un impacto directo en el sector de la hostelería. Así, según la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU, 2023), un estudio reciente revela que aproximadamente **el 58% de los consumidores han identificado reseñas inexactas o manipuladas en plataformas digitales**, lo que ha contribuido a una notable pérdida de confianza en el sector de la hostelería.

Estos datos ponen de manifiesto la importancia de iniciativas como #StopFakeReviews para impulsar un debate público y la urgencia de implementar sistemas de verificación robustos que protejan tanto a los usuarios como a las empresas, garantizando que las opiniones reflejen experiencias reales y contribuyan a un entorno digital más seguro y transparente.

### **Acciones para proteger la reputación y promover la veracidad**

Para combatir este escenario #StopFakeReviews plantea una serie de medidas esenciales para contrarrestar el fenómeno de las reseñas falsas en Internet:

- **Verificación de reseñas:** Impulsar sistemas de control que permitan autenticar las opiniones publicadas y eliminar aquellas que resulten fraudulentas.
- **Protección de la reputación digital:** Salvaguardar el valor intangible de las reseñas auténticas, fundamentales para la credibilidad de los negocios.
- **Información transparente:** Promover el derecho de los consumidores a tomar decisiones informadas, basado en experiencias reales y verificadas.

Esta iniciativa destaca la necesidad de que tanto empresas como consumidores sean parte activa en la lucha contra las reseñas falsas, invitando a compartir experiencias reales y contribuir a un entorno digital más honesto y fiable.

*“El consumidor tiene derecho a informarse con veracidad. Todos sabemos que sobre un mismo servicio hay personas que opinan que ha sido muy positivo y otras que, en cambio, salen decepcionadas al recibirlo. Nosotros aceptamos esa percepción del cliente, pero lo que no podemos aceptar es que se engañe al consumidor con reseñas pagadas, tanto positivas como negativas, para aumentar tu prestigio o dañar a la competencia”,* **Jorge Marichal**, presidente de CEHAT.

#### **CEHAT.**

CEHAT es la Confederación que representa al sector del alojamiento turístico en España (hoteles, apartamentos turísticos, campings, resorts, balnearios, etc.) y proporciona empleo de forma directa e indirecta a 500.000 personas trabajadoras. Agrupa a 51 asociaciones provinciales, regionales y sectoriales, y está presente en todas las Comunidades Autónomas de nuestro país.