



Nueve de cada diez españoles defienden el “cara a cara” como la red social más eficaz

- **McDonald’s ha presentado los resultados del estudio “McCafé: conversaciones 2.0 VS conversaciones reales”, elaborado en colaboración con Ipsos.**
- **Según el estudio, más de la mitad de los españoles (77%) ha vivido alguna vez un malentendido a través del móvil o las redes sociales, y uno de cada tres (34%) ha sentido que sus relaciones se enfriaban a partir de entonces.**
- **Casi la mitad (47%) de las conversaciones de los españoles se producen a distancia. En el caso de los más jóvenes, este porcentaje aumenta al 70%.**



Imagen: McDonald’s. Haz clic [aquí](#) para descargarla en alta resolución.

Madrid, 13 de febrero de 2019.- Gracias a la tecnología, los seres humanos hablan y se comunican más entre ellos, lo hacen de una forma cada vez más inmediata, y ya no necesitan esperar a verse en persona para hablar. Hoy en día, casi la mitad de nuestras conversaciones (47%) tienen lugar a través del móvil y las redes sociales. Este protagonismo de las nuevas tecnologías en nuestras relaciones personales añade elementos que, a veces, generan situaciones inesperadas, malentendidos que nos llevan a vivir momentos cómicos, disparatadamente divertidos... y otros que no lo son tanto.

Y es que cada vez hablamos más, pero ¿hablamos mejor? Según el estudio **“McCafé: conversaciones 2.0 VS conversaciones reales”**, presentado esta mañana por [McDonald’s](#), más de la mitad de los españoles (77%) han vivido al menos un malentendido en sus conversaciones, simplemente por el hecho de haberlas mantenido a través del móvil o en las



redes sociales. Y un 34% afirma que, desde entonces, sus relaciones no han vuelto a ser lo que eran.

El estudio, realizado por McDonald's en colaboración con Ipsos, revela además que cuanto más jóvenes son los usuarios, más protagonismo tienen en sus vidas el móvil y las redes sociales como medios de comunicación, y, en consecuencia, más enredos se producen en sus conversaciones. Casi la totalidad de los españoles con edades comprendidas entre los 18 y 34 años (91%) afirma haber tenido al menos un malentendido a través de las redes sociales o hablando por el móvil. Y prácticamente la mitad (41%) ha sentido que estos malentendidos enfriaban sus relaciones.

Los jóvenes son, también, los que más utilizan la tecnología para comunicarse: casi uno de cada tres españoles entre 18 y 34 años (32%) estima que más del 70% de sus conversaciones se producen a distancia.

Y a medida que la edad de los entrevistados aumenta, el porcentaje de enredos y malentendidos disminuye. Pero, aun así, continúa siendo significativo. Un 80% de los adultos entre 35 y 44 años se ha visto alguna vez en una situación comprometida por no tener delante a la persona con la que hablaban. En el caso de los mayores de 45 años, el porcentaje desciende al 65%.

En cuanto al tipo de relación en la que se producen más confusiones, existe unanimidad en todos los grupos de edad: la amistad. Los amigos protagonizan, de media, el 57% de los malentendidos generados en las conversaciones a distancia. Le siguen de cerca las relaciones de pareja, un entorno en el que los hombres son quienes más acusan la ausencia del lenguaje corporal: un 46% de los varones entrevistados en el estudio ha vivido alguna vez un malentendido con su pareja en una conversación por el móvil o redes sociales, frente al 40% de las mujeres.

A raíz de estos resultados, y como complemento al estudio, McDonald's ha realizado un experimento social en el que ha invitado a personas reales a reproducir, cara a cara, conversaciones que habían mantenido a través de aplicaciones de mensajería móvil. El resultado se puede ver en [este vídeo](#) que la compañía ha publicado en YouTube, y que ha amplificado a través de una campaña de publicidad y de la página web "[Hazlo real con McCafé](#)".

Natalia Echeverría, Directora de Marketing de McDonald's España, comenta: "Los resultados del estudio son reveladores: 9 de cada 10 españoles consideran que hablar en persona es lo más efectivo para comunicarse. Vivimos en una época en la que la mayor parte de nuestras conversaciones se producen a distancia, y en McDonald's creemos que las relaciones interpersonales se enriquecen cuando se comparten momentos de verdad. Por eso ya tenemos más de 300 McCafé repartidos por toda España. Para facilitar a nuestros consumidores un espacio en el que mantener conversaciones reales, cara a cara, a cualquier hora del día, sin prisas, y lo más importante: alrededor de un buen café. Un café de calidad, y sostenible".

Un carrusel de tazas en el centro de Madrid para fomentar las conversaciones reales

Para animar a los ciudadanos a hacer un alto en su rutina y disfrutar de una conversación cara a cara con quien más lo necesiten, McDonald's inaugurará la próxima semana una instalación



temporal en el centro de Madrid, en la plaza de Felipe II. Se trata de un carrusel compuesto por tazas de McCafé a tamaño gigante, que giran sobre sí mismas y alrededor de una plataforma.

La atracción estará en funcionamiento del viernes 21 al domingo 23 de febrero en horario de mañana y tarde. Todos los que se animen a visitarla podrán disfrutar de un café gratis mientras mantienen conversaciones reales, cara a cara, sin más ruido que el propio de la calle.

Notas para los editores

Puedes ver y descargar la infografía completa con los datos del estudio haciendo clic [aquí](#).

También puedes ver y descargar más imágenes para ilustrar la nota de prensa, en el siguiente enlace de Dropbox:

https://www.dropbox.com/sh/6gfr62v5ny5hkbe/AACNCJ1gNSvtsFZi_MvyCeC3a?dl=0

Para más información:

LLYC

Ana García

mcdonalds@llorenteycuenca.com

Acerca de McDonald's España

McDonald's es la compañía líder en el sector de la restauración en España. Desde hace más de 35 años mantiene un firme compromiso con el país, donde cuenta con más de 500 establecimientos que emplean a alrededor de 24.000 personas. La apuesta de McDonald's por el mercado español es una de sus señas de identidad y su prioridad es abastecerse de materias primas de la más alta calidad, principalmente de origen nacional. El 75% del volumen de compra procede de proveedores y empresas agroalimentarias españolas o con sede en nuestro país.