

El precio, la rapidez o la variedad de productos son los aspectos más valorados del comercio electrónico

Un estudio afirma que la seguridad ha dejado de ser el factor más importante

www.consumer.es

Valores como el precio, la rapidez o la variedad de productos son los aspectos más destacados en la compra por Internet. Un estudio realizado a escala europea recoge que la seguridad ha dejado de ser el factor más importante al escoger el comercio electrónico. El trabajo mantiene que el precio es un factor "clave" en la toma de decisión de compra, sobre todo, en una economía "tan lastimada como la española", donde casi cuatro de cada diez consumidores (38%) lo considera el aspecto más importante para elegir una tienda on line.

La reputación y la confianza, elementos relacionados con la seguridad, son todavía factores importantes, pero han dejado de ser decisivos. Uno de cada cuatro consumidores europeos (25%) dan prioridad a ambos, frente al 30% del año anterior. España es el país donde se ha registrado un retroceso mayor en este sentido, al pasar de casi un 30% el año pasado al 20% (uno de cada cinco) de este año.

La seguridad o reputación on line son importante para los compradores electrónicos, pero se les da menos valor porque "cada vez son más los usuarios que dan por hecho esta seguridad o que están mucho mejor informados sobre la seguridad de las transacciones on line", explicó el responsable de Desarrollo de Negocios de Pixmania para el sur de Europa, David Alves.

Estos resultados están en sintonía con las cifras del último estudio sobre fraude a través de la Red, que reflejan que sólo un 3,2% de los usuarios sufrieron algún perjuicio económico, la cifra más baja desde comienzos de 2009, según datos recogidos por el Observatorio de la Seguridad de la Información del Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (Inteco).