

Comparar antes de comprar online, en España, ya es un hábito según tiendas.com

Una de las ventajas de comprar online es la gran cantidad de información sobre los productos que se pueden encontrar en internet. Los consumidores quieren comparar precios, leer opiniones de otros usuarios y ver lo que les ofrecen las tiendas online

Por ello, los comparadores de precios están de moda

Los comparadores de precios están de moda, por una doble razón, para los usuarios que los usan, les ahorran el tiempo de desplazamiento de ir a la tienda física, y les ahorran dinero porque encuentran el mejor precio del producto que buscan, de forma cómoda y sin moverse de su casa, del trabajo o de dónde quiera que se encuentren. Y para las tiendas online porque generan gran cantidad de tráfico, un tráfico de calidad y con tasas de conversión muy buenas, que hacen que las tiendas vendan más de forma online.

Las tiendas online y los marketplaces son los más interesados en beneficiarse de los servicios de los comparadores online, porque les generan mucho tráfico cualificado. Es normal que los comparadores de precios muestren resultados de búsquedas de Amazon, Ebay, tiendas online de El corte Inglés, Asos, Zalando...

España es un país con una alta penetración móvil y los usuarios están preparados para comprar vía móvil. Más de la mitad de los consumidores ya compran con el móvil pero hay algunos puntos, que todavía, siguen dando ciertos problemas, aunque cada vez son menos y se van superando las barreras. La gente sigue pensando que el tamaño de la pantalla es mucho más incómodo que la pantalla del ordenador o de la tableta.

Otro problema es la sensación de inseguridad que le genera a muchas personas el comprar desde el móvil, aunque es un miedo infundado, porque tiene el mismo mecanismo que en un ordenador. La gente sigue teniendo el miedo de introducir datos de tarjetas de crédito o personales, y lo que hay que mirar es la tienda dónde se compra, si esta ofrece garantías de seguridad, y si realmente existe.

Las tiendas que venden a través de comparadores de precios, por lo general, ya tienen un diseño adaptado para comprar con el móvil. Es fundamental para ampliar los canales de venta, que las tiendas online se adapten a él y a las tabletas, porque si el diseño de la tienda online no está adaptado a ellos, esa visita recibida no se traducirá en una venta. En cambio, si lo tienen adaptado, las probabilidades de compra son muy altas y se multiplican.

En España, los comparadores de servicios llevan más de una década funcionando, destacando sobre los demás los comparadores de vuelos, viajes, hoteles y seguros. Se puede decir que el consumidor online ya ha adquirido el hábito de consultar antes de comprar cualquier producto.

El consumidor online, busca y compara antes de comprar. Antes de la aparición de los comparadores, esta tarea era mucho más ardua, hoy día, gracias a los comparadores de precios y productos, como por ejemplo tiendas.com, esta tarea la dan ya hecha, mostrando todos los resultados de búsqueda en un solo sitio. También da la opción de insertar el nombre del producto que se busca, de la tienda en la que se quiere comparar, etc. Ofrecen muchas opciones de búsqueda, tanto online como offline (y de forma local), y muestran la comparativa de precios de las grandes tiendas junto con las más pequeñas, para que exista la libre competencia y el consumidor opte al mejor precio del producto.

El consumidor online se ha vuelto muy exigente, y ya no le basta con comparar precios en un mismo sitio, sino que ha dado otro paso más, ahora quiere saber cuál es el comparador de precios que mejores resultados le ofrece.

También es un consumidor con conciencia, que quiere comprar el producto de forma local, y cuidando el consumo responsable, si es posible y tiene esa opción. El comparador tiendas.com ofrece esas opciones de búsqueda.

El proceso de compra, al igual que lo ha hecho el consumidor, también ha cambiado, ya no es un proceso lineal, porque se ven influenciados por gran cantidad de factores externos, ya sean online u offline.

Comenzando con la fase de concienciación, que es cuando el consumidor es consciente, por primera vez, del producto que desea conseguir.

La segunda fase del proceso de compra es la consideración, y es aquí cuando entran en juego los buscadores online, que si además son comparadores de precios, como tiendas.com, les llevarán a la tercera fase, la conversión, que es cuando el consumidor realmente decide dónde y cuándo adquirir el producto.

Y finalmente, la fase de evaluación, que tanto les gusta a los consumidores, es la que tras comprar el producto, les da la posibilidad de calificar y opinar sobre el producto adquirido, el servicio de envío y atención al cliente de la tienda recibido.

Así que, se puede decir que comparar online en España empieza a ser un hábito, aunque todavía se esté a años luz de países como Alemania, país en el que comparar precios online, es ya algo habitual.

María José Capdepón CCO del comparador de precios tiendas.com ha declarado que "la version 2.0 en la que se está trabajando tendrá su propio catálogo, e incluirá ficha técnica, más fotos, vídeo, opiniones y una mejor caracterización, así como app para android e ios. No es el primer comparador de precios que vemos en nuestro país, pero sí es uno de los más completos, con nombre de dominio que deja los dientes largos a cualquier profesional de internet, y que será difícil de olvidar para cualquier usuario al empezar su compra online".

Datos de contacto:

María José Capdepón Valcarce
600005872

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>