

## **La calidad de la web influye en la decisión de compra.**

**Los consumidores utilizan cada vez más sus smartphones y Tablets cuando compran, por lo que la calidad de la web influye, cada día más, en la decisión de compra. Es por ello que las empresas buscan plataformas webs más ágiles y potentes que les permitan diferenciarse de sus competidores.**

Desde la irrupción de los Smartphones, Internet es uno de los medios que más influye en el proceso de compra. Según un estudio realizado por Google más del 80% de los usuarios de Smartphone en España utiliza el móvil para buscar información del producto que desean comprar.

Las webs pueden determinar la opinión del consumidor hacia la marca y sus productos . Es por ello que tener una plataforma web de calidad, ágil y escalable se ha convertido en una necesidad para no quedarse atrás.

Las empresas españolas lo saben y buscan no sólo tener una web con un diseño atractivo donde mostrar su catálogo de productos, sino tener una herramienta que puedan gestionar de manera ágil para adaptarse a las necesidades y cambios del consumidor. Una solución web que tenga en cuenta aspectos tan importantes como la usabilidad, la agilidad en la gestión de contenidos, la experiencia de usuario distinta en función de su localización o un diseño adaptado a cualquier dispositivo móvil.

Bajo estas premisas no todos los open-source permiten estas funcionalidades. Entre los más potentes del mercado están Liferay y Spreecommerce.

2beDigital, una agencia digital con sede en Barcelona y Santiago de Compostela que desarrolla soluciones webs con este tipo de opensource, afirma:

“ Trabajar con Liferay y Spreecommerce nos permite adaptarnos rápidamente no sólo a las necesidades de las empresas sino a lo que quieren sus clientes, con una calidad que la mayoría de opensources no tienen. Ahora las empresas saben que sus marcas y sus productos se valoran antes, durante y después de realizar una compra por lo que ya no buscan un mero escaparate sino una gestión activa de la web que les permita destacar con respecto a sus competidores”

Multinacionales como Toyota, Carrefour, Barclays o Lufthansa ya utilizan este tipo de portales y empresas españolas como Leche Celta, El Consorcio de Quesos de España o Alcampo las han incorporado y ya están obteniendo los primeros resultados.

**Datos de contacto:**  
Pablo Borrás García

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

Categorías: [Telecomunicaciones Marketing E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>