

La Casa de la Lámpara: 'Luces y sombras, tras Internet'

La compra online genera confort, pero aún desconfianza. La Casa de la Lámpara, un portal Web, ofrece información real para una mayor seguridad en el sector y frente al Covid-19

Singular propuesta empleada desde el portal Web malagueño La Casa de la Lámpara al ofrecer información para una compra inteligente y sosegada de sus productos sin el frío y estricto interés comercial del empresario. Además, con la pandemia del Covid-19, Internet nota un gran incremento en las ventas online y aumenta la confianza de los usuarios.

Carlos Cabra como uno de los responsables de esta página Web, lo tiene claro. Muestra y enseña, forma e informa por su pura vocación de cibernauta enamorado de las nuevas tecnologías. Lanza a sus clientes una pregunta: “¿Es seguro comprar en Internet?”

Orienta a sus usuarios con didáctica recomendación. “Imagina un futuro en el que no será necesario salir de casa para realizar tus compras. Aunque parezca raro, ya es una realidad palpable que ha venido para instaurarse en nuestras vidas. Entre remilgos, aún hay mucho reticente que desconfía y ve la compra online como algo que le genera inseguridad y desconfianza, aunque al final acaba igualmente comprando”.

Destaca que “las estadísticas del crecimiento de las compras online así lo reflejan. Desde 2007 hasta hoy se han triplicado las cifras, que no dejan de progresar. España se posiciona como el cuarto país de Europa en el ranking de venta online tras Inglaterra, Alemania y Francia”.

Este tipo de tienda online demuestra su “compromiso con el cliente”, señala Carlos. “Internet es un mundo donde parece que no hay nadie detrás, pero trabajan millones de personas para ofrecer un servicio de calidad. Una apuesta de futuro que formará parte de nuestra vida cotidiana. No compres a la ligera, elige espacios Web de máxima confianza”, asevera.

La Casa de la Lámpara es una empresa malagueña especializada en el suministro de luminaria de diseño que opera en el territorio nacional. “Es increíble poder ver miles de lámparas de todos los estilos desde una misma página donde la distinción marca la diferencia”, recalca este innovador emprendedor tecnológico comprometido con la información veraz y real.

Carlos posiciona su Web ofreciendo “todas las garantías de compra, donde es sencillo realizar el pedido”, subraya. Propone “el mejor precio garantizado en sus productos y pago 100% seguro con diferentes pasarelas de pago y financiación hasta en 12 meses”. Y lo argumenta: “Te envían rápido las lámparas a casa. Puedes devolver tu pedido sin compromiso en 14 días. Asistencia personalizada al cliente por diferentes canales de contacto. Presentes en 7 redes sociales con más de 20.000

seguidores. Más de 1.000 opiniones de clientes contrastan desde la ficha en Google y Web. Sello de Confianza Online y Trust Ecommerce Europe y mucho más como valores de una marca”.

Propone que “antes de realizar la compra online conviene conocer una serie de detalles para sentirse cien por cien seguro”. Incide en la importancia de lograr una seguridad interior firme y controlada: “Buscar la identidad de la tienda en la sección de aviso legal, ojear la información corporativa para resolver dudas, observar el tipo de trato y respuesta o navegar por sus redes sociales y contrastar qué seguidores y actividades contemplan”.

Sorprende compartiendo sensaciones y recomienda realizar siempre los pagos “mediante sistemas seguros como la pasarela Redsýs -tarjetas de crédito- o PayPal”. Carlos sostiene que “operan directamente con tus datos sin que la tienda tenga acceso a ellos”. Aconseja: “Nunca des tu identificación de tarjeta o datos personales por teléfono o email”.

Vende lámparas vía online, aunque acompaña su tinte comercial reafirmando esas opciones de compra segura y cómoda con fiable y feliz final. “Al comprar por Internet debemos buscar tiendas con un entorno seguro, el candado que aparece en la URL del navegador como https”, subraya Carlos.

Propone buscar en el universo Web un “sello de confianza online”. Indica que “es un distintivo que certifica y verifica el buen uso y hacer de la tienda”. Este empresario malagueño defiende la opción de compra “con total comodidad a un solo golpe de clic”. “Realizar compras online frente a salir de tiendas también aporta grandes ventajas que muchas veces ni te has planteado”, sustenta justificando que “cuando recurras a una gran superficie o centro comercial, la mente se colapsa al ver tanta información de golpe en poco tiempo”. Para él, “miles de productos sin capacidad de percibirlos al detalle con calma, a veces, sólo nubla la opción de poder decidir correcta y sosegadamente”.

Este impulsor de La Casa de la Lámpara piensa que “la principal ventaja de las tiendas físicas es poder ver y tocar un artículo para decidir, aunque los productos del comercio online evolucionan ofreciendo información con una calidad gráfica de gran fiabilidad, además de las facilidades para devoluciones y trato directo con respuesta”.

Romántico en su atrevida propuesta, Carlos Cabra está convencido de que “realizar compras online ahorra coste del día a día sin preocupación por el desplazamiento, el tráfico o el aparcamiento, las colas para pagar, cargar con la mercancía... ahorrando gastos y simplificando de forma eficiente tu tiempo”. Eso sí, “navega, contrasta y compara el lugar escogido para una compra cómoda y fiable desde la tranquilidad de tu hogar, a cualquier hora y día de la semana, los 365 días del año”.

Un factor que también da más valor a la seguridad de realizar las compras online, es el sufrido por la pandemia del Covid-19. Intentar realizar menos desplazamientos y coincidir con grandes multitudes, da menor riesgos de un posible contagio. En los últimos meses ha habido un incremento notable de las ventas online por un público mayor de 55 años en adelante. Todas las ventajas mencionadas anteriormente, ayudan a generar mayor confianza, y más, frente al coronavirus.

Carlos basa su modelo de negocio en algo más que una simple venta de un producto, aporta “una amplia lista de valores que hace presente en su Web” y se compromete de estar siempre “a disposición del cliente”, pendiente de esa “asistencia con consejos específicos en iluminación y decoración interior”.

Datos de contacto:

Carlos Moncada

Comunicación e imagen LCDL

627501028

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

Categorías: [Interiorismo](#) [Marketing](#) [Andalucía](#) [E-Commerce](#) [Ciberseguridad](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>