


Andalucía Investiga
www.andaluciainvestiga.com

BUSCADOR
 [buscador avanzado]






NOTICIAS

[Agroalimentación](#)
[Ciencias de la vida](#)
[Física, química y matemáticas](#)
[Ciencias económicas, sociales y jurídicas](#)
[Política y div. científica](#)
[Tec. de la producción](#)
[Salud](#)
[Información y telecom.](#)
[Medio ambiente](#)
[Entrevistas](#)




CIENCIAS SOCIALES, ECONÓMICAS Y JURÍDICAS

7 de Marzo de 2006

COMPRAR CON UN CLICK

Investigadores del grupo 'Administración de Empresas y Marketing (ADEMAR)' de la Universidad de Granada han estudiado el comportamiento del consumidor en los mercados electrónicos. Una de las conclusiones más relevantes del estudio apunta que el usuario visita una página o compra por Internet en función de la calidad de los contenidos del sitio web, más que por el diseño del portal.

Carolina Moya

Cada vez hay más gente que se anima a comprar a través de Internet. Una opción fácil y cómoda, pero que puede crear cierto escepticismo entre ciertos consumidores. Investigadores del grupo Administración de Empresas y Marketing (ADEMAR) de la Universidad de Granada han estudiado cómo se comportan los usuarios de Internet en los mercados electrónicos. El estudio ha arrojado resultados curiosos como que los consumidores valoran más la calidad de los contenidos web, que el diseño a la hora de realizar sus compras.

Los científicos han demostrado también que el hábito de visita a una página se convierte en la mejor baza para predecir del comportamiento de lealtad electrónica. Esto supone que si el consumidor ha visitado la página más veces y confía en ella, entra en la web periódicamente.

“Toda esta información sobre la actitud del consumidor ayuda a las empresas a tomar decisiones para mejorar sus estrategias de comunicación y comercialización por internet”, apunta el responsable del grupo de investigación, Teodoro Luque, y subraya también que el comportamiento de los usuarios difiere en los mercados electrónicos frente a los tradicionales debido a las características particulares de Internet.

Los investigadores han desarrollado modelos explicativos del comportamiento del consumidor en internet, tanto en la visita a la web, como en la compra on-line. Por ejemplo, el profesor Castañeda, otro miembro del grupo, plantea un esquema que explica el proceso de formación de la fidelidad del consumidor. En él, existen cuatro etapas. En la primera, denominada lealtad cognitiva, el consumidor percibe la calidad de la web, que le reporta una satisfacción y le lleva a tener una confianza en el portal. Esa actitud hacia la web condiciona su compromiso en la fase de lealtad afectiva y, por tanto, su hábito propio de la lealtad conativa. Estas tres fases determinan un comportamiento de visita o de compra, en la etapa de lealtad de acción.



El responsable del grupo ADEMAR, Teodoro Luque

Además de la fidelidad, los investigadores han perfilado escalas de medida específicas para evaluar otros factores como la confianza, la actitud, la satisfacción, la calidad percibida, el compromiso, así como la intención de compra o visita. Para ello han efectuado entrevistas telefónicas en las que se preguntaba al usuario su valoración sobre un sitio web y, más tarde, se comprobaba si el entrevistado visitaba o compraba en esa página. Otro método para investigar el comportamiento del consumidor son los clickstream, es decir, el “rastreo” que deja un internauta cuando visita un portal.

Un centro comercial o un periódico digital

La peculiaridad del estudio estriba en la consideración de la actitud del usuario en distintos contextos como son portales generalistas y especializados, así como de consulta frecuente o esporádica. De esta forma, los expertos han utilizado las páginas web de empresas como Puleva Salud, Ideal Digital o Carrefour. A pesar de las reticencias iniciales del usuario, según los investigadores la tendencia del comercio electrónico es ascendente. “Las compras *on-line* se realizan por un segmento de población muy específico, que conoce internet y tiene hábito de visita en ciertas páginas, con lo que están muy fidelizados en determinados portales”, asegura Luque.

Más información:

Grupo ADEMAR
 Teodoro Luque
 Tlf: 958246223
 Email: <mailto:tluque@ugr.es>

« VOLVER

[IMPRIMIR]

[ENVIAR NOTICIA]

[MÁS NOTICIAS]

[HEMEROTECA]



Este portal se publica bajo una [licencia de Creative Commons](#).

Area25
 Diseño web

[Quiénes somos](#) : [Contáctanos](#) : [Suscríbete a nuestro boletín electrónico](#) : [Innova Press](#) : [Mapa web](#)