

La Unión de Consumidores de Andalucía ha presentado un informe comparativo de tres grandes establecimientos.

Esta mañana, dentro de la actividades conmemorativas de su XXV aniversario, la Unión de Consumidores de Andalucía ha hecho públicos en rueda de prensa los resultados de un informe comparativo de la compras online.

Para mostrar un ejemplo de cómo ha cambiado la actitud del consumidor, la Unión de Consumidores de Málaga y Andalucía ha dado a conocer los resultados de un estudio comparativo de las compras online que la federación que preside ha elaborado. Y es que, tal y como demuestra el último informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en el primer trimestre de 2010 el sector del comercio electrónico alcanzó un volumen de negocio de casi 1.700 millones de euros lo que supone un 40% más que en el mismo periodo del año anterior.

Esta subida es prácticamente generalizada en todos los sectores desde los viajes combinados a los libros pasando por los espectáculos, juegos de azar, material informático o moda. Sin embargo hay uno en el que el volumen de negocio no es tan alto: el de la alimentación. Según el estudio elaborado por la Unión de Consumidores el llevar a cabo la compra por Internet en estos casos no resulta rentable. Aunque los portales son sencillos, accesibles e intuitivos, las características sociodemográficas de Andalucía hacen que ir a al supermercado sea aún rápido y fácil.

La Unión de Consumidores ha elaborado una cesta de la compra con catorce artículos de las secciones de un supermercado y ha buscado los precios en la red a través de tres grandes empresas de distribución: Carrefour, El Corte Inglés y Mercadona y, posteriormente, ha visitado los propios establecimientos llegando a la conclusión de que la ventaja no existe.

Tanto en el Corte Inglés como en Mercadona el coste de la cesta de la compra es el mismo si adquirimos los productos a través de sus portales o acudimos al establecimiento. En el caso de Carrefour, sin embargo, resulta algo más barato hacer la compra online (0,47 euros, exactamente).

En cuanto al coste de la preparación y el envío de la compra, Mercadona cobra una cantidad fija (7,21 euros), la de Carrefour es variable (entre 6 y 9 euros dependiendo del importe total de la compra) y El Corte Inglés destaca negativamente ya que solo puede saberse el importe una vez que esté lleno el carro y se proceda a la elección de la forma de pago y la hora de entrega.

Para terminar, y en lo que se refiere a la seguridad de los portales, la dirección de la web de Carrefour no comienza por https, que es un indicativo de que se trata de un sitio seguro (sobre todo si tenemos en cuenta que vamos a introducir datos personales y financieros), de manera que es una web poco aconsejable.

Por todo esto, la Unión de Consumidores se inclina por Mercadona ya que, además de ser un sitio seguro, permite conocer previamente cuál es el coste de la preparación y el envío de nuestro pedido.