



NOTICIAS BOLETÍN 125, DICIEMBRE DE 2007

CONFIANZA ONLINE SE CONSOLIDA COMO EL SELLO DE REFERENCIA DE SEGURIDAD EN INTERNET

La venta a distancia por Internet, tan solo representa sólo un 0,33% en las consultas y reclamaciones recibidas por organizaciones de consumidores en 2006 (Datos INC), de los 2.778 millones de Euros de negocio de comercio electrónico B2C. La Red, por tanto, cubre las expectativas del 98,7% de los compradores, según datos de la empresa pública Red.es. La mayoría de compradores conocen la existencia de sellos de calidad y certificación en los portales de comercio electrónico y los tienen en cuenta para sus compras en una determinada tienda online (Red.es). Actualmente, el Sello CONFIANZA ONLINE es el único reconocido por el Gobierno con el uso del Logotipo oficial "Distintivo Público".

En los últimos 5 años, el número de empresas que han apostado por las buenas prácticas se han duplicado, una proporción mayor que el aumento del volumen de negocio de la industria española. En los últimos 2 años destaca el interés de las PYMEs. Pese al crecimiento del sector, las reclamaciones recibidas en CONFIANZA ONLINE no han aumentado, lo que muestra el alto nivel de satisfacción y poca conflictividad. Si las empresas están asociadas a Confianza Online, el 80% de las reclamaciones se resuelven amistosamente; y cuando no es así, ofrecen someterse a arbitraje.

La preocupación por disipar los recelos ante la publicidad y compras online ha seguido siendo uno de los objetivos prioritarios de las empresas en Internet. Así lo muestran datos de la actividad de CONFIANZA ONLINE durante los 5 primeros años de funcionamiento. Así, en esta línea, se concluye que en los últimos 5 años, el interés de las empresas por sumarse a la autorregulación en Internet ha aumentado más de un 200%, una proporción mayor que el incremento experimentado en el volumen de negocio de los sectores del comercio electrónico y la publicidad en Internet, según datos de Red.es.

En 2003 CONFIANZA ONLINE contaba con 80 empresas adheridas y en octubre de 2007 son más de 165 las que cumplen los estándares más estrictos en Internet. Entre ellas, se han ido incorporando grandes multinacionales, con una fuerte presencia en Internet, como es el caso de Repsol, Coca-Cola, Yahoo!, Telefónica, El Corte Inglés, Orange, Fnac, etc.

No obstante, los dos últimos años han sido las pequeñas y medianas empresas las que han hecho un esfuerzo mayor por transmitir a sus usuarios compromisos de calidad y buen hacer en los nuevos medios. Así, se han asociado a CONFIANZA ONLINE, PYMEs de soluciones publicitarias online y venta de productos de electrónica, mobiliario, entradas o alimentación, además de prestación de servicios específicos de Internet, como de Voz sobre IP o posicionamiento en buscadores.

Además de la confianza, las empresas tratan cada vez de fidelizar sus clientes. La herramienta más eficaz es sin duda la de ofrecer la posibilidad de resolver las posibles incidencias que hayan podido surgir a través de un sistema de resolución extrajudicial de controversias gratuito, rápido y que cumple con las garantías más estrictas sólo haciendo clic sobre el Sello.