

> **NOTICIAS**



NUEVAS TECNOLOGÍAS

10 de Octubre de 2001

El 38 % de los consumidores de todo el mundo consulta Internet como fuente de información a la hora de adquirir un coche, según un estudio

El 29 % se decanta por los anuncios impresos y un 19 % prefiere la publicidad en televisión

Un estudio realizado por la consultora Cap Gemini Ernst and Young revela que un 38 % de los consumidores de todo el mundo consultan información por Internet acerca de coches antes de decidirse a comprar un vehículo, frente al 27 % que lo hacía en 2000. Asimismo, un 29 % se decanta por informarse a través de los anuncios impresos en periódicos o revistas, mientras que un 19 % prefiere la publicidad en televisión .

No obstante, el estudio de la mencionada consultora también señala que de una lista de 10 factores que podrían evitar las compras de coches por Internet, tres de cuatro consultados mencionaron como motivo principal por el cual no comprarían a través de la Red, la distancia del concesionario virtual.

Del estudio, basado en entrevistas a 8.000 consumidores, 800 concesionarios y principales fabricantes de todo el mundo, también se desprende que cada vez es mayor el porcentaje de consumidores que se deciden a comprar vehículos por Internet, aunque todavía son porcentajes pequeños. Así, en EE.UU. se vendieron el año pasado un total de 400.000 vehículos online, lo que ha supuesto una subida del 1,6 % al 3 %.

Cerrar