

Cyber Days: Cerca de 37% de peruanos comprará camisetas de selección de fútbol por Mundial Qatar

Un 37,7% de peruanos invertiría su dinero en comprar camisetas de la selección de fútbol en el marco del Mundial Qatar 2022, según un estudio a nivel nacional realizado por la Cámara de Comercio de Lima (CCL), con el fin de observar el comportamiento de compra online de los peruanos.

El comercio electrónico ha crecido exponencialmente en los últimos dos años debido a la pandemia, y también a organizaciones como la CCL, que realiza desde finales del 2012 los Cyber Days, la campaña de e-commerce más importante a nivel nacional, que trae para los peruanos las más increíbles promociones y descuentos en productos y servicios.

Los participantes del sondeo ya dan por confirmado el ingreso de la Selección Peruana de Fútbol a **Qatar 2022** y por ello ya decidieron en qué invertir su dinero para vivir la fiebre mundialista.

Comprarán televisores (55,9%), pedidos de alimentos (50,3%), camisetas deportivas (37,7%), parrillas (27,8%) y frigobares (18,7%). Posiblemente, también se suma a esta lista los paquetes de viaje a Qatar.

“La pandemia ha cambiado la forma de compra de muchos peruanos y en el marco de este posible suceso histórico, 92,7% prefiere recibir el producto online en su domicilio, 73,2% opta por recoger su producto en tienda y 39,1% escoge la entrega en su oficina o centro de trabajo”, mencionó Jaime Montenegro, gerente de comercio electrónico del gremio.

Frecuencia de compra

En el estudio se revela que el 33,0% de peruanos compra mensualmente, 20,9% lo hace cada quince días, 20,1% semanalmente y 10,90% cada bimestre.

Además, 58,2% observa en algunas oportunidades el producto que quiere comprar en una tienda física antes de hacerlo por la web porque prefiere evaluar factores como diferencia de precio, calidad, tamaño, entre otros.

¿Por qué los peruanos compran online?

Los encuestados señalaron que prefieren realizar compras online por los precios y promociones especiales (69,2%), por que encuentran de todo hasta productos que no están disponible en tiendas (56,3%), por la comodidad de comprar desde casa (53%), por la posibilidad de comprar precios y variedades y por el ahorro de tiempo (48,9%).

“El comercio electrónico se ha vuelto un espacio de compra masivo y el porcentaje de nuevos compradores viene en aumento. Se estima que son cerca de 13 millones de peruanos los que han comprado online desde el inicio de la pandemia. Y para este 2022 se estima transacciones en línea por al menos 10 mil millones de dólares en nuestro país.”, precisa Jaime Montenegro, gerente de comercio electrónico de la Cámara de Comercio de Lima.

En cuanto a las categorías preferidas por los peruanos, vemos que predominan tecnología (57,7%), moda y accesorios (49,2%), hogar y electro (37,0%), comida a domicilio (31,9%), viajes (24,15%), salud y belleza (23,3%), entretenimiento (17,4%), deportes y fitness (16,9%), entre otros.

Respecto a la inversión en e-commerce durante el mes, 17,8% gastó menos de S/ 250, 18,9% gastó entre S/ 250 y S/ 500, 17.5% gastó entre S/ 500 y S/ 750, 18,4% gastó entre S/ 750 y S/ 1,000, y el 27,4% gastó más de S/ 1.000.

Entre los medios de pago preferidos por los compradores online peruanos; 44% prefieren pagar con tarjeta de crédito, 28% tarjeta de débito, y 14.4% en pago online por transferencia o aplicativo del banco.

Cyber Liveshop: Compras online con

influencers

Esta edición de los “Cyber Days” se desarrollará este 28, 29 y 30 de marzo, a través del portal www.cyberdays.pe, y en la que participarán cerca de 100 comercios de diversos rubros y sectores. Marcas que se han preparado para llevarle a todos los peruanos, sus mejores días para comprar por internet, con las mejores ofertas y la garantía de una experiencia de compra segura.

El estudio mencionado se llevó a cabo a nivel nacional, en el marco de los Cyber Days, para observar el comportamiento de compra online de los peruanos. En este estudio participaron 2.327 personas, a nivel nacional.

Asimismo, se desarrollará por primera vez en el Perú durante una Campaña Cyber Days, los “Cyber Live Shopping”. Mediante transmisiones en el sitio web www.cyberdays.pe, destacados influencers mostrarán en tiempo real productos de marcas oficiales del Cyber Days con insuperables ofertas.

Además, podrán explicar a sus seguidores y personas que se conecten, las principales características de dichos productos, formas de uso. Los usuarios también podrán absolver sus dudas en tiempo real a través de un chat donde responderá un representante de la marca, y podrán comprar dichos productos a ofertas insuperables, y con vigencia limitada solo por algunas horas.

Cyber Days, evento de la CCL

Finalmente, todas las marcas participantes cuentan con el respaldo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el principal gremio empresarial del país. Desde el año 2012, la CCL ha desarrollado 27 ediciones de los Cyber Days, las que representan a una de sus acciones clave para promover el desarrollo empresarial en el Perú a través del eCommerce.

Por otro lado, durante el desarrollo de los Cyber Days, la CCL realiza múltiples acciones con el fin de garantizar a los peruanos una experiencia de compra segura y satisfactoria. Acciones como la auditoria a comercios, con la finalidad de monitorear en tiempo real las ofertas de los comercios. Además, se atenderán las consultas de los usuarios en el sitio web www.cyberdays.pe, y en las redes sociales oficiales del Cyber Days.