

Cyber Days: Cerca del 20% de compradores online peruanos invierten más de S/ 1.000

Con el objetivo de impulsar el desarrollo del comercio electrónico en nuestro país, desde finales del 2012, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) ha realizado diferentes acciones.

Entre ellas, destacan los “Cyber Days”, la más importante campaña peruana de ofertas por internet. Los “Cyber Days”, permiten que usuarios de todo el país puedan encontrar la mayor variedad de productos y servicios para adquirirse en línea, con las más exclusivas ofertas y promociones.

En la situación actual en la que nos encontramos en el país, la reactivación económica se sigue impulsando a través de los canales presenciales y el comercio electrónico.

Por ello, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) continúa apostando por el e-commerce y realiza acciones como los Cyber Days, cuya tercera y última edición de este año 2021, se desarrollará durante los días 15, 16 y 17 de noviembre, a través de su portal oficial www.cyberdays.pe.

En esta edición de los “Cyber Days”, más de 150 comercios oficiales se unen a esta iniciativa de la CCL, y se preparan para presentarle a todos los peruanos lo mejor y más atractivo de su oferta, garantizándoles además una experiencia de compra totalmente segura y satisfactoria.

En este contexto, la Cámara de Comercio de Lima desarrolló un estudio a nivel nacional, con el fin de conocer el comportamiento de compra online en los peruanos, durante lo que va de este año 2021, y en vísperas de iniciar la temporada comercial de fin de año, la más importante del año.

El estado actual de las compras por internet en el Perú

Fueron 1.932 personas consultadas para este estudio, de las cuales el 78% manifestaron haber realizado compras por internet durante lo que va de este 2021.

De dicho universo de compradores online, el 47,55% indicó que realiza compras online con una frecuencia mensual, 25.65% una vez por semana, mientras que el 19,19% afirmó realizarlas trimestralmente.

Se observa también que el 23,75% invierte menos de S/ 250 en una compra online, el 21.25% invierte entre S/250 y S/500 soles; el 19,95% invierte entre S/ 500 y S/ 750, el 18,15% invierte entre S/ 750 y S/ 1.000, y el 16,90% más de S/ 1.000 soles en sus compras en línea.

En cuanto al top 5 de las principales razones por las que compran online, señalaron: precios y promociones especiales (75,2%), la comodidad para comprar desde casa (54,45%), ahorro

de tiempo (48,75%), evitar aglomeraciones (45.15%) y porque encuentran productos que incluso no están disponibles en tiendas físicas (42,0%). Asimismo, las categorías preferidas por los compradores online peruanos son tecnología (55,45%), hogar (51,30%), moda (49.10%), comida a domicilio (28.25%), deportes (21.75%), salud y belleza (19.55%).

Por otro lado, se observa que el público bancarizado es el más cercano a comprar por internet. Pues dentro de los métodos de pago preferidos por los compradores online peruanos están: pago con tarjeta de crédito (41.30%), tarjeta de débito (35.45%), pago online mediante transferencia o uso de la app del banco (9.25%), entre otros.

Y en cuanto a los métodos de envío del producto comprado de forma online, prefiere recibirlo en casa (72.75%), lo recoge en tienda (57.25%), pide que lo envíen a su trabajo u oficina (25.56%), entre otros.

El Líder del Área de Negocios Digitales de la CCL, Jaime Montenegro, precisó que, “En poco más de año y medio de la pandemia en el país, vemos una aceleración importante y una mayor disposición por parte de los peruanos para seguir comprando por internet.

El número de peruanos realizando transacciones en línea continúa incrementándose, y se estima que este año 2021 ya son cerca de 12 millones de personas.

Otro dato que evidencia el crecimiento del eCommerce (muy a

pesar de la reapertura casi total de los establecimientos físicos), es que el 31% de todas las transacciones con tarjeta corresponden a transacciones en línea. Este mismo dato, antes de la pandemia era del 13% en el Perú”.

“Además, que se sigue observando un importante crecimiento en la frecuencia de compra online, así como en el ticket de compra, muestra que se ha fortalecido el nivel de confianza en los portales eCommerce que tienen presencia en el mercado peruano.

Y por supuesto, que esto está muy relacionado a la mejora de los niveles de servicio de los comercios peruanos.

Y en este último trimestre del 2021, con eventos claves como los Cyber Days de la Cámara de Comercio de Lima, y Campañas como el Black Friday y la Navidad, permitirá a los comercios transaccionar el equivalente al 30% – 40% de su venta de todo el año.

Buscamos aprovechar estos días por las muy atractivas ofertas, y por supuesto por la confianza que genera comprar en una campaña liderada por el gremio empresarial más importante del país.”, afirmó Montenegro.

Limitantes para las compras online

Con respecto a las personas que manifiestan no haber realizado

compras en línea, el 59,45% indica que es por temor de que el producto no sea tal como se ve en internet, el 45,95% porque tiene el temor a que les roben información bancaria, mientras que buscan ofertas por internet pero prefieren comprar en la misma tienda (35,65%).

¡Vuelven los Cyber Days, con las mejores ofertas y promociones!

Finalmente, este 15, 16 y 17 de noviembre, más de 150 comercios oficiales presentarán sus mejores y más atractivas ofertas y promociones, en 18 categorías distintas de productos/servicios. Para conocer a cada una de las marcas oficiales del Cyber Days, y durante los días de campaña acceder a sus más importantes ofertas, ingresa a www.cyberdays.pe.

Auditoría a los comercios

La Cámara de Comercio de Lima, principal Gremio empresarial del país, está totalmente comprometida con realizar esfuerzos para contribuir a la reactivación económica del país. En esa línea consideramos que el Comercio Electrónico es una herramienta clave, y muy importante oportunidad para las empresas y emprendimientos peruanos.

Y para estos Cyber Days, hemos planificado una Campaña dirigida a los peruanos, en donde las marcas han preparado lo mejor de su oferta y se han capacitado en aspectos fundamentales.

Desde la CCL, hemos desplegado esfuerzos para capacitar a las empresas en temas como Estrategia Digital, Logística, Normativa Legal, Experiencia de Usuario (UX), Ciberseguridad, Buenas prácticas, entre otros temas relevantes.

En este sentido podemos esperar una campaña pensada en las personas que buscan comprar por internet aprovechando las mejores oportunidades en ofertas y promociones, con ofertas reales.

Además de lo mencionado, estaremos monitoreando la Campaña, atendiendo consultas de los usuarios a través de las Redes Sociales oficiales del Cyber Days, y supervisando que las ofertas presentadas por las marcas oficiales de la campaña presenten descuentos reales.