

Cyber Days: Una de cada cinco personas invierte más de S/ 1.000 en compras online

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 campaña de ofertas online más importante del Perú.

“Los Cyber Days permiten que usuarios de todo el país puedan encontrar la mayor variedad de productos y servicios para adquirirse en línea, y con las más exclusivas promociones”, precisó el gerente de Comercio Electrónico de la CCL, Jaime Montenegro.

Explicó que, en la situación actual de pandemia, donde se observan leves mejoras y las cifras de contagios disminuyendo, la reactivación económica se sigue impulsando a través de los canales presenciales y el comercio electrónico.



Cyber Days: ¿Cómo realizar una compra online segura y satisfactoria?



Digitalización: Tres de cuatro emprendimientos en Perú usan herramientas tecnológicas



Carlos Travezaño: Segunda vuelta de transformación

digital

Por ello, la CCL continúa apostando por el e-commerce y realiza acciones como los Cyber Days, cuya segunda edición de este 2021 se desarrollará este 19, 20 y 21 de julio, a través de su portal oficial www.cyberdays.pe.

Montenegro sostuvo que en esta edición de los Cyber Days, más de 100 comercios oficiales se unen a esta iniciativa de la CCL, que tiene como objetivo contribuir a la reactivación económica del país. En este contexto, indicó que la CCL desarrolló un estudio a nivel nacional, con el fin de conocer el comportamiento de compra online.

Este análisis fue realizado en el marco de Fiestas Patrias, y, además, en un escenario donde parte de la población ha realizado o está por realizar próximos retiros de sus fondos de AFP.

Compras por Internet

Montenegro refirió que 1.793 personas fueron consultadas para este estudio, de las cuales el 80% manifestó haber realizado compras por internet en lo que va del 2021. De dicho universo de compradores online, el 48,55% realiza compras con una frecuencia mensual; 24,64% una vez por semana; mientras que el 20,29% trimestralmente.

Se observa también que el 30,52% invierte entre S/ 250 y S/ 500 en este tipo de compra; el 21,43% entre S/ 500 y S/ 750; el 20,78% entre S/ 750 y S/ 1.000; y el 20,13% más de S/ 1.000.

Motivos para comprar online

En cuanto al top cinco de las principales razones por las que compran online, señalaron: precios y promociones especiales (71,2%); ahorro de tiempo (52,8%); la comodidad para comprar desde casa (54,4%); evitar aglomeraciones (45,6%) y porque encuentran productos que incluso no están disponibles en tiendas físicas (59,2%).

Asimismo, las categorías preferidas son tecnología (64,6%); hogar (61,40%); moda (48,30%); comida a domicilio (27,2%); deportes (23,8%); salud y belleza (21,8%).