

Jaime Montenegro: «El 20% de compradores online gastan en promedio S/ 1.000»

¿Qué tan importante es la transformación digital en las empresas?

Hoy es sumamente vital que las empresas apuesten por la digitalización de sus negocios, o que logren la madurez digital de los mismos. El riesgo de no hacerlo es muy alto, pues en nuestro país el 33% de los peruanos ya compra en línea con relativa frecuencia, y existen negocios locales y globales trabajando intensivamente en captar y fidelizar a este tipo de compradores.

Además podrán tener de manera progresiva un mayor nivel de participación en el mercado. Por tanto, las empresas que no apuesten por la digitalización, tal como ya ocurre en otras economías del mundo irán perdiendo presencia en el mercado, incluso parte de ellas podría hasta desaparecer.

En ese sentido, la transformación digital será el siguiente paso para los negocios en el Perú, donde las empresas deberán aprender y adoptar nuevos marcos de trabajo, ágiles y corporativos, y evolucionar hacia nuevos modelos de negocios apalancados por la data y la tecnología, y siempre con una obsesión en mejorar los niveles de experiencia de los clientes.

¿Las empresas peruanas han logrado moldearse a las exigencias de estos nuevos consumidores digitales?

El consumidor de hoy valora mucho más la experiencia de compra que al mismo producto, y es menos fiel a las marcas que años atrás. Debemos considerar que actualmente en el Perú existen más de 260.000 negocios con un portal de venta en línea, pues antes de la pandemia eran solo 65.000.

Ello quiere decir que, en todos los sectores las principales empresas ya cuentan con un portal e-Commerce, entonces la nueva batalla por superar a la competencia estará centrada en elevar considerablemente los niveles de experiencia que se le brinda a los clientes online.

Por ello, las empresas deben fidelizar a sus clientes con un extraordinario servicio a través de s o incluso aplicando estrategias de omnicanalidad o comercio unificado.

¿A cuánto ascendería las ventas del comercio electrónico este año?

En el 2020 se experimentó un extraordinario crecimiento (por efecto de la pandemia) en lo que respecta al volumen y montos facturados de forma online por US\$ 6.0000 millones, lo que representó un crecimiento del 50% con u portal en línea, respecto al año 2019. Para este año 2021, se proyecta un crecimiento de las ventas online del 25% con respecto al periodo anterior.

Es importante resaltar que muy a pesar del funcionamiento casi normal de los establecimientos físicos y centros comerciales, las compras en línea por parte de un sector de los peruanos, no ha disminuido, por el contrario, continúa incrementándose.

Por ejemplo, las transacciones en línea con tarjeta, ya representan el 33% de las transacciones totales con tarjeta, considerando que antes de la pandemia este indicador tenía un nivel del 13%.

¿Qué factores impulsarán este crecimiento?

Un indicador importante es que hoy son 11 millones de peruanos los que ya realizan compras por internet en el Perú, cifra superior a los 6 millones registrados antes de la pandemia lo que es una clara muestra que el universo de peruanos se incrementó.

Así también se ha establecido una “habitudin” en la compra en línea, lo que trae como resultado que las personas compren por internet con mayor frecuencia, mayores cantidades, y todo tipo de productos y servicios.

No obstante, hay categorías con mayor demanda por parte de los consumidores online como lo son tecnología, todo lo que es productos para el hogar, moda, entretenimiento, belleza, alimentos, entre otros.

¿El comportamiento del comprador digital peruano es más dinámico que en otros países de la región?

El Perú es la sexta economía más digitalizada de Latinoamérica, luego de países como Brasil, México, Argentina, Chile y Colombia. Son economías donde las personas promedio tienen mayor actividad comprando en línea; no obstante este dinamismo digital en los peruanos sí es mayor comparado con otros ciudadanos de la región.

En cuanto a la frecuencia de compra, se observa que el 25% de nuestros e-Shoppers (compradores online) ya realiza transacciones en internet con una frecuencia semanal.

Respecto al ticket promedio, el 37% de los compradores online peruanos gastan al mes montos menores a los S/ 500. No obstante, un 20% de estos e-Shoppers realizan compras por montos superiores a los S/ 1.000, lo que representa un crecimiento del 100% con respecto a la prepandemia.

¿Qué novedades traerá el próximo e-Summit Perú e-Commerce?

Este importante evento en materia de comercio electrónico y negocios digitales de la Cámara de Comercio de Lima, se llevará a cabo los días 19 y 20 de octubre. Aquí participarán más de 30 expertos nacionales y extranjeros, quienes expondrán sobre las últimas tendencias, así como las mejores prácticas y estrategias que aplican los principales e-Commerce hoy en el mundo.

El evento se desarrollará de forma virtual y además de las conferencias y foros especializados contaremos con una Expo-feria de Soluciones tecnológicas. Los interesados podrán registrarse en: <https://www.e-summit.pe/registro/>.