

Más del 30% de emprendedores en Perú usa redes sociales desde inicio de pandemia

El 31,71% de emprendedores en el Perú usa las redes sociales desde que empezó la pandemia, según un estudio de Perú Factura, producto de facturación electrónica de la CCL enfocado en pymes.

Asimismo, el estudio reveló que un porcentaje similar de emprendedores utiliza las redes sociales desde que empezaron en el camino de emprender (31,71%), menos de un año (14,63%) y entre 3 a 5 años (21,95%), recalcó el gerente general de Perú Factura, Renzo León-Velarde.

El sondeo a nivel nacional fue realizado para observar el comportamiento de los emprendedores peruanos en las redes sociales, teniendo como antesala la caída de las redes más solicitadas en el mundo, lo que afectó no solo a los cibernautas con fines lúdicos, sino también los emprendedores.

Rubros y edades

Se observa que el rubro de emprendimientos en redes sociales abarca comida (20,73%), bodegas (19,51%), ropa y calzado (15,85%), productos hechos a mano (13,41%), productos importados (12,2%), servicios profesionales (9,76%), salud (7,32%), entre otros.

Entre los rangos de edad se observa a emprendedores entre los 18 a 25 años (10,98%), 26 a 30 años (30,49%), 31 a 40 años (31,71%), 41 a 50 años (15,85%) y de 51 a más (10,98%); donde predomina el género femenino (59,76%) del masculino (40,24%).

Esto representa una diferencia que da vueltas a las brechas digitales que se registraban en los últimos años, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), donde había un margen que ponía a los hombres por encima en el uso y manejo de las TIC.

Además, las redes sociales presentan un importante ingreso en sus negocios, por ejemplo, al 30,49% tiene ingresos del 10% mensual que provienen de las redes sociales, 48,78% tiene 20%, 18,29% alcanza el 50% gracias a las plataformas digitales y solo 2,44% tiene el 100% de ventas con las redes sociales”,

Uso de redes sociales

El 32,93% precisa un mayor alcance con sus clientes, 31,71% fideliza y atrae nueva clientela, 18,29% mejora la comunicación con su comunidad, 2,44% ahorra en alquiler de local, entre otros.

Asimismo, con la última caída de las redes sociales, 31,71% indica que sus ventas disminuyeron en 10%, 57,32% tuvo pérdidas de 20% y 30% y solo 10,98% le afectó al 50%.

En caso vuelva a ocurrir un suceso igual, 73,17% utilizará Telegram, 36,59% Twitter, 28,05% mailing, 47,56% SMS y 97,56% aplicará el e-commerce.

Finalmente, los emprendedores participantes de este estudio precisan que usan herramientas digitales como Facturación Electrónica (58,54%), ecommerce propio (18,85%), plataformas de Marketpace (37,8%), mailing (25,61%), entre otras.