

ESTUDIO DE IPSOS PERÚ

Peruanos compran ahora más por WhatsApp que por otras redes sociales

Son 4.5 millones de peruanos los que adquieren por esta plataforma, sin embargo, muchos no la consideran como e-commerce. La categoría más utilizada es alimentos.

ANAPAUOLA MICHILOT

anapaula.michilot@diariogestion.com.pe

En los últimos meses se observó una necesidad por nuevos canales de compra que eviten la aglomeración en los comercios. Fue este escenario el que causó la explosión de nuevos canales digitales como el e-commerce y otros como las redes sociales y el WhatsApp.

Según un estudio de Ipsos Perú que se presentará en el evento Talk In esta semana, el 81% de peruanos urbanos de 12 a 70 años tiene un smartphone, lo que equivale a 15.8 millones de ciudadanos, y el 95% utiliza WhatsApp.

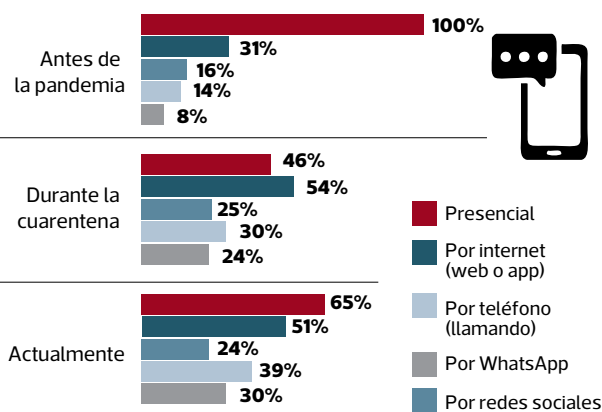
Así, según cifras de la consultora, ya son más de 4.5 millones de peruanos los que realizan compras por este medio. “El uso de esta plataforma no es una novedad, ya existía antes pero solo el 4% hacía uso de este medio”, señaló Javier Álvarez, director de Tendencias de Ipsos Perú.

El ejecutivo señaló que hay un amplio sector que no considera esta plataforma como una forma de e-commerce debido a que el app no incluye una pasarela de pagos, se asocia más al teléfono.

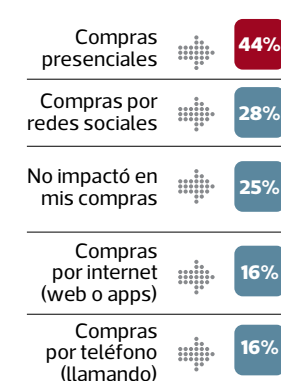
“El 30% de usuarios de smartphone ya realiza compras o pedidos por esta app, ha crecido 22 puntos en los últimos meses, y ya supera incluso a las redes sociales, debido a que estas compras se asocian más a categorías frecuentes”, apuntó Álvarez.

Radiografía de los pedidos por WhatsApp

Evolución de las modalidades de compras y pedidos
Entre smartphoneros de 18 a 70 años del Perú urbano de los NSE ABC

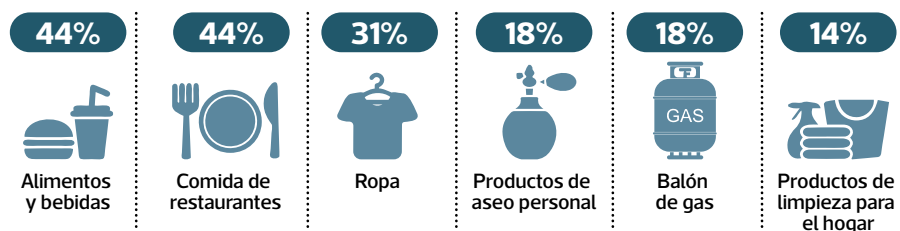


Compras que han disminuido o dejado de realizar por el uso de Whatsapp



Productos solicitados

Entre usuarios que hacen pedidos por WhatsApp



FUENTE: IPSOS PERÚ



Javier Álvarez, de Ipsos.

PRECISIONES

■ **Perfil. Quienes compran por WhatsApp son millennials, a cargo de las compras del hogar y bancarizados**

■ **Muestra. 300 usuarios de smartphones de 18 a 70 años de NSE A,B,C del Perú Urbano. Estudio fue del 17.09 al 04.10.2020.**

Entre las razones para pedir por WhatsApp, destacan evitar el contagio y la rapidez de compra. “Para los usuarios este canal es más rápido que el e-commerce, incluso en términos de logística, tienen una experiencia más personalizada”, señaló el experto.

Categorías

Los productos más solicitados a través de WhatsApp son de las categorías alimentos y

TENDENCIA

Una modalidad de compra que permanecerá

El estudio de Ipsos también indagó sobre el impacto que ha tenido el uso del WhatsApp en otras modalidades de compra.

“Las compras que más se han reemplazado son las presenciales, debido a que esto está ligado a que la categoría más demandada es de necesidades básicas; sin embargo, también ha habido una fuga desde las redes sociales y compras por Internet hacia la app de mensajería”,

sostuvo Javier Álvarez. Respecto a cómo se seguirá comportando el mercado, el 81% de compradores señala que seguirá usando WhatsApp para sus pedidos; pero también se podrían sumar nuevos usuarios o aumentar su uso, pues las compras a través de esta app se elevaría dos puntos porcentuales en próximos meses. Estos temas se abordarán en el Talk In que se realiza este 21 de octubre, evento organizado por la Apeim, Anda y Esomar.

OTROSÍ DIGO

■ **Medios de pago. Respecto a los medios de pago utilizados para estos pedidos, el 62% utiliza efectivo, el 37% apps de pago digitales (Yape, Lukita, etc.) y el 35% elige las tarjetas de debito.** “Estos indicadores nos re-

velan que en efecto ha habido un crecimiento de los medios de pago digitales en los últimos meses, no obstante, aún más de la mitad de peruanos no están bancarizados y siguen prefiriendo el efectivo”, destacó Javier Álvarez.

bebidas, comida de restaurantes, ropa y productos de aseo personal. “Ropa es una sorpresa, podríamos empezar a ver más repunte de esta categoría y otras como juguetes hacia la campaña navideña”, señaló el director de Tendencias.

Sobre las categorías que les gustaría encontrar a los peruanos y poder pedir por WhatsApp resaltan las de medicamentos (43%), abarrotes, frutas y verduras (41%),

carnes y embutidos (32%), y electrodomésticos (26%).

“Estos indicadores nos revelan una gran oportunidad, las personas quieren seguir comprando por esta vía; también nos evidencia que hay un porcentaje de personas que desea evitar el contagio pero no quiere irse totalmente hacia el e-commerce, todavía quieren ser atendidos por alguien”, apuntó el ejecutivo.