

Compra por internet, compra con fe

Patricia Cruz

Especialista de investigación

Mail: Patricia.Cruz@ipsos.com

Las compras por internet nos facilitan la vida, ya que nos traen ventajas como el ahorro de tiempo, ahorro de dinero, más variedad de productos, el delivery, entre otros. Y cada vez encontramos más marcas que están ofreciendo sus productos y servicios de forma online. Esto hace que la oferta sea grande e interesante para que más peruanos optemos por esta alternativa de compra. Según el último estudio multicliente “Compras por internet” de Ipsos Perú, se estima que al 2022, el 55% de la población adulta de los NSE ABCD del Perú urbano, ha realizado alguna compra online. Una excelente noticia si consideramos que en el 2019 el indicador era alrededor del 22%¹.

Si bien encontramos un escenario donde se están adquiriendo productos y servicios más complejos que hace 3 años, y adoptando medios de pago electrónicos, dejando poco a poco atrás el efectivo, también observamos que existen ciertos temores relacionados a las compras por internet, que podrían representar una barrera si no son tratados oportunamente.

El 85% de estos usuarios tiene algún miedo relacionado a su compra online, es decir que su compra sea un fraude, que nunca le entreguen el producto o tener una mala experiencia en general. Y eso no es todo. El 77% teme por la seguridad de sus datos personales o financieros, y que los usen de mala manera o que suplanten su identidad inclusive¹.

MIEDOS AL COMPRAR POR INTERNET



C3. ¿Tiene alguno de estos miedos al comprar por internet?
Base: Total de entrevistados que compran por internet (400)



Según Indecopi, desde enero 2019 a setiembre del 2022 atendieron más de 114 mil reclamos referidos a compras en línea sobre estafas o malas experiencias en general². Un ejemplo más cercano es la estafa en la venta de entradas online para conciertos del último año, donde varios peruanos se vieron afectados al no poder ingresar a ver a su artista favorito, por tratarse de una entrada falsa. Ver este tipo de noticias, hace que se incremente la desconfianza en esta modalidad de compra, y si es así entre los que ya compran por internet, debe ser aun mayor entre quienes aún no se animan.

Los usuarios hacen lo posible por tratar de mitigar estos miedos, buscando “señales” en las páginas, apps o redes sociales donde realizan sus compras online, señales que incrementen su confianza en el vendedor y que los ayude a afianzar la idea de que están realizando una compra segura. Por ejemplo, antes de pagar, el 43% busca opinión de otros compradores, el 42% busca si la tienda / vendedor es conocido o confiable, y un 35% busca alguna reseña del producto. En esa misma línea, 9 de cada 10 preferiría realizar el pago contra entrega, es decir cuando su compra llegue a sus manos¹. Otra forma de asegurarse que su compra sea real. Los mismos usuarios destacan que uno de los aspectos que los motivaría a adquirir más productos o servicios es que garanticen la seguridad de su información personal y financiera³.

Se vienen haciendo grandes esfuerzos por hacer que las compras por internet sigan prosperando, se realizan importantes campañas de *ecommerce* varias veces al año, se invierte en publicidad y se mejoran las promociones. Sin embargo, esto pasa a un segundo plano si es que no logramos convencer al usuario de que tendrá una buena experiencia de inicio a fin, y esto involucra ayudarlo en su proceso de decisión con estas señales.

Entonces, la tarea de las marcas que venden o que quieren vender por internet, es incluir esta información que es valorada y destacarla, a fin de incrementar la confianza. Una buena alternativa es motivar a que más compradores dejen sus comentarios para que sean vistos por otros potenciales compradores. Las redes sociales son una buena idea, especialmente Facebook, Instagram, YouTube y TikTok, ya que son donde más buscan recomendaciones de productos y servicios⁴. Otra alternativa es, si es posible, crear alianzas con marcas y/o personajes públicos y poder capitalizar su credibilidad. 4 de cada 10 peruanos que usan redes sociales afirma que los personajes que siguen, los motivan a comprar / probar productos⁵.

La oferta de productos y servicios por internet se incrementa cada día más y detalles como estos pueden inclinar la balanza a favor de aquellas tiendas o marcas que generen más confianza. Si quieres vender por internet, tienes que convencer al usuario de que está haciendo una compra segura.

Fuentes:

- (1) Ipsos Perú - Informe Compras por internet 2022(2) Ipsos Perú – Banca digital 2022
- (2) Diario Gestión – Comentarios de Indecopi. Obtenido de: <https://gestion.pe/economia/cyber-wow-que-son-los-patronos-oscuros-y-por-que-evitarlos-noticia/>(4) Ipsos Perú – Banca digital 2021
- (3) Ipsos Perú - Informe Compras por internet 2021.
- (4) Ipsos Perú – Redes sociales 2021
- (5) Ipsos Perú – Redes sociales 2022