

Pandemia sube a 42% las compras por Internet en Venezuela

La pandemia de la covid-19 trajo cambios drásticos en los patrones de consumo del venezolano, incluyendo la forma en la que se hacen las compras. Datanalisis determinó que ahora en Venezuela, la gente adquiere más sus productos y/o servicios por Internet.

“En Venezuela 42% por ciento de las personas compran por Internet. Antes de la pandemia ese porcentaje era de 29. En el 2021 hubo un aumento de 45%”, reveló en entrevista con La Verdad, el economista Carlos Jiménez, director de Datanalisis.

Afirmó que en América Latina, 55% compra por Internet.

La modalidad a distancia durante la cuarentena marcó la forma del consumo y enseñó a los venezolanos que hay nuevas formas para comprar, maneras más cómodas que ofrece la tecnología sin salir de casa. Una modalidad que definitivamente, llegó para quedarse.

Jiménez apuntó que quienes no compran por Internet, toman sus decisiones de compras a través de lo digital, buscando información sobre lo que quieren.

“Eso ha obligado a muchas compañías, que no habían asumido presencia digital adecuada, a incorporarse a este canal que es muy importante hoy en día”, expuso el también conferencista, autor especializado en tendencias y negocios electrónicos.

Los renglones económicos con más compras por Internet son vestido, calzado, tecnología, comida rápida y bebidas alcohólicas.

“Ahora la gente de negocios da mucha importancia al tema digital. Hay negocios que obviamente, tienen mucha competencia en Internet, entonces una empresa que no esté en los canales digitales, estará en desventaja”, resaltó el experto.

Consumidor pragmático

Como antesala al evento Tendencias del Consumidor Venezolano 2022, a efectuarse este 9 de junio, Jiménez expuso que durante los últimos tres años, lo pragmático se ha intensificado en el consumo de los venezolanos.

“No es que no valora las marcas, pero se ha convertido más en un comprador de valor, en lo útil o pragmático por la crisis local que está relacionada con los desequilibrios del entorno”, explicó el especialista.

Detalló que hay un consumidor más responsable, “no solo porque busca eficiencia de sus gastos, sino porque busca marcas responsables”.

Y porque buscan marcas responsables, es que las empresas deben ser empáticas con el consumidor.

Los alimentos y productos de cuidado personal siguen llevando la batuta de las compras en el país.

Resiliencia del venezolano

Algo que sí dejó claro la pandemia, es que demostró la resiliencia de los venezolanos.

Mientras en muchos países, el efecto de la crisis golpeó fuerte; en Venezuela, la gente ya sabía cómo enfrentarla.

“El venezolano ha vivido en recesión muchos años, y por ende, es mucho más resiliente. La manera de responder es diferente. El venezolano ya sabe cómo enfrentar la situación, ya tiene muchos años en crisis y sabe cómo enfrentarla”, dijo el economista.

Con información de Diario La Verdad