

Las compras online crecen pero la presencial se sostiene entre las preferencias

De acuerdo a eMarketer, Argentina es el país con mayor crecimiento de la compra en línea, con un incremento de 79%, sin embargo, los especialistas consideran que a la hora de probar el producto todavía "la tienda física sigue siendo un buen lugar".



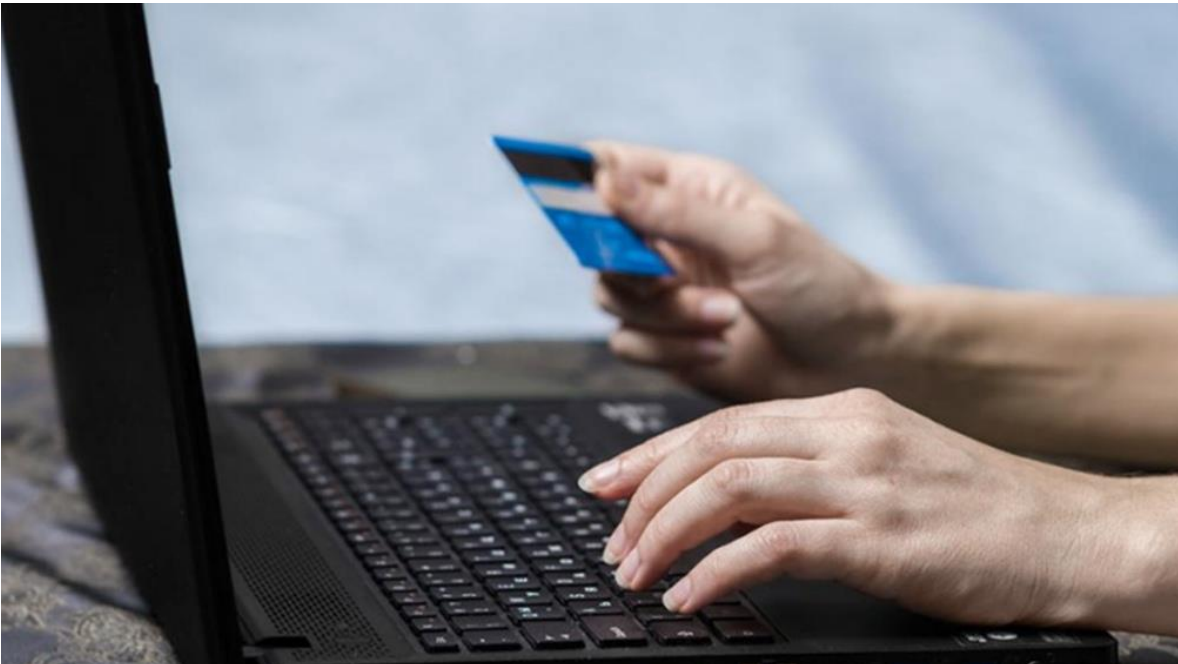
Pese a la reapertura de los shopings, un 32% de argentinos prefiere realizar las compras navideñas por internet.

Las compras online tuvieron este año un crecimiento exponencial y fueron elegidas por los argentinos para los regalos navideños, aunque también la compra presencial se mantenía como preferida por la experiencia y para evitar costos de envío o aprovechar promociones, de acuerdo con fuentes consultadas por Télam.

Según una encuesta realizada por la consultora Deloitte, **Argentina se posiciona en primer lugar en la región**, con un 32% de argentinos que prevé realizar las compras navideñas por internet, frente al 13% que consignó inclinarse por las compras de regalos en supermercados, un 12% en tiendas de ropa y un 10% en jugueterías u otros lugares. **Al momento de visitar una tienda**, según la encuesta, los argentinos esperan en un 22% tener disponibilidad inmediata del producto, 17% ver y probar el producto personalmente, 15% ver otros productos que le puedan interesar y 15% velocidad en el

pago y la entrega.

Sobre **las razones por las cuales no compró o comprará en línea**, un 25% de los consultados señaló que tiene miedo a que el producto no llegue en buen estado, un 17% que el costo de envío es alto, un 13% que no tiene tarjetas bancarias, 10% porque es muy complicado realizar devoluciones y 4% argumentó que no sabe comprar en línea. A nivel regional, 93% de los encuestados confirmaron haber investigado o que investigarán en internet antes de realizar sus compras.



Todavía hay desconfianza en las compras en línea. Se teme que el producto enviado no sea el correcto, critican el alto costo del envío y que suele ser complicado hacer una devolución.

Según un relevamiento de eMarketer, **Argentina es el país con mayor crecimiento de la compra en línea, con un incremento de 79%** en el volumen de ventas en 2020, seguida por Singapur (71,1%), España (36%), Brasil (35%) y por encima del promedio mundial que fue 27,6%.

De acuerdo con datos de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), **en el primer semestre del año el sector facturó \$314.602 millones, con un incremento de 106%** con respecto al mismo período 2019, y se vendieron 92 millones de productos. En tanto, el director de Focus Market, Damián Di Pace, señaló a Télam que en las compras navideñas este año **"ganan fuertemente los centros comerciales a cielo**

abierto, en calles y avenidas, caen los shopping y crece el comercio electrónico".

Según Focus, **un 52% prefiere comprar regalos en centros comerciales de barrio**, un 21% en shopping, 13% opta por la compra online, un 10% por outlet y 4% elige supermercados.

"**La compra a cielo abierto la gente la percibe como más segura**, se evita la concentración de estar en un lugar cerrado y además los comercios se están organizando para sustituir lo que era el happy hour de los shopping y harán descuentos con franjas horarias acotadas", señaló Di Pace.

Dijo que "la dinámica es que los centros comerciales a cielo abierto compiten este año con herramientas, que eran de los shopping" y afirmó que los descuentos serán de hasta 30% en la mayoría de los casos.

Pese a todo, **el 80,6 % de los comercios espera vender menos que el año pasado** y el 13,9 % más, de acuerdo con un relevamiento de la Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires (Fecoba) sobre las expectativas de ventas navideñas 2020. Por su parte, el especialista en centros comerciales y retail Diego Del Río dijo a Télam que "la gente volvió a los shopping muy entusiasmada por promociones con bancos y con todos los controles sanitarios", aunque observó que hay **"una caída de ventas de 25/30% respecto del año pasado"**.

Acerca de la experiencia diferencial que ofrece comprar en tiendas y en centros comerciales, a diferencia de la compra online, Del Río señaló que **"el shopping es una experiencia completa de compras, gastronomía y entretenimiento"**.

"Hoy tenemos compras y gastronomía casi normalizada y está faltando el entretenimiento pero sigue siendo una experiencia; hoy el consumidor está haciendo una compra muy funcional va, compra y se va, no va a disfrutar del shopping por miedo a contagiarse y por las restricciones", agregó.

Consideró que, a futuro, las tiendas dentro de los shopping irán "hacia lugares más de experiencia, que la gente va no sólo a comprar sino a vivir una experiencia de marca, donde pueda usar, **personalizar el producto"**.

"Comprar lo haces desde tu casa cómodamente, pero para probar el producto, la tienda física sigue siendo un buen lugar", concluyó.

Fuente: <https://www.telam.com.ar/notas/202012/539562-las-compras-online-crecen-pero-la-presencial-se-sostiene-entre-las-preferencias.html>