Estudio de Comercio Electrónico

Experiencias de compras por Internet

@Córdoba | Primer semestre 2016

CAMECE
CÁMARA MEDITERÁNEA
DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Palabras del presidente de CAMECE

Me complace presentar el primer estudio estadístico realizado por la Asociación Civil **Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico (CAMECE)**, el objetivo del presente informe es medir las experiencias de compras por internet de los consumidores de la Provincia de Córdoba.

Consideramos que este informe es una valiosa herramienta para que los oferentes online comprendan las características de la demanda de la región centro del país. Dada la dinámica del sector del comercio electrónico en Argentina, CAMECE realizará informes estadísticos semestrales, los cuales serán como el presente, públicos y gratuitos.

Lo llamativo del presente trabajo es que algunas métricas difieren en nuestra región de otras obtenidas a nivel nacional por otra cámara del sector, por tal motivo se infiere que el perfil del cyberconsumidor está afectado por cuestiones culturales regionales, por tal motivo el comportamiento de la demanda en una determinada región del país puede diferir de otra región.

Por último invito a las empresas, los emprendedores y los profesionales relacionados con el e-commerce a que se sumen a CAMECE una asociación civil sin fines de lucro cuyo objeto social es la difusión del comercio electrónico en la Argentina, encontrarán entre los asociados un grupo entusiasta y colaborativo dispuesto a compartir experiencias y conocimientos de nuestra pasión, el Comercio Electrónico.

Guillermo Montenegro
Presidente CAMECE

Objetivo Principal:

Obtener los principales indicadores de comercio electrónico en la Provincia de Córdoba, Argentina.

- **Conocer**
  El comportamiento de la demanda en Córdoba, características notorias, particularidades y tendencias.

- **Investigar**
  Factores relacionados con el comercio electrónico en la región.

- **Obtener**
  Las primeras métricas como punto de partida para calcular su evolución.

- **Colaborar**
  Integrando la información para el enriquecimiento de estudios macro.

Ficha técnica:

Encuesta digital:
Experiencias de compras por Internet

Cobertura - Zona Geográfica:
Provincia de Córdoba, Argentina

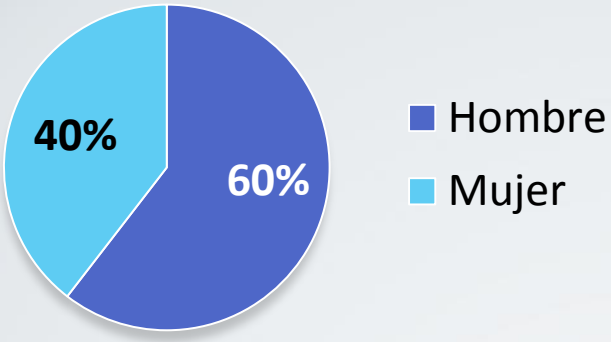
Universo:
Personas mayores de 18 años

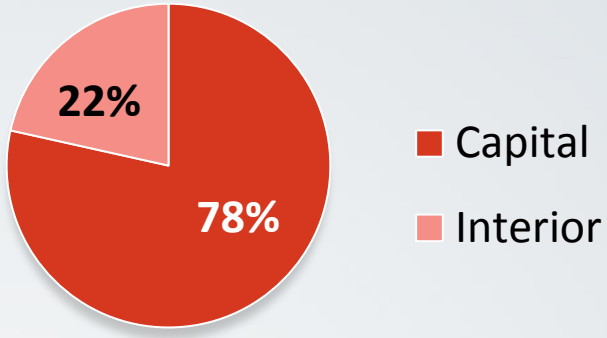
Período encuestado:
Primer semestre 2016

Tamaño muestral:
172 casos

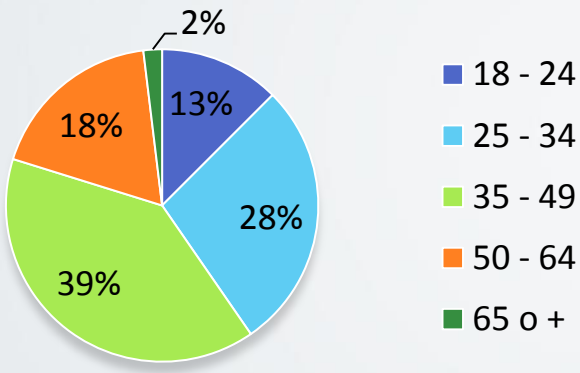
Duración:
Agosto - Septiembre 2016

Universo encuestado

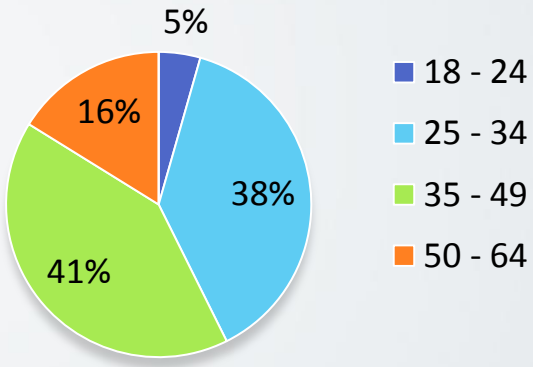




Hombres (rango edad)



Mujeres (rango edad)

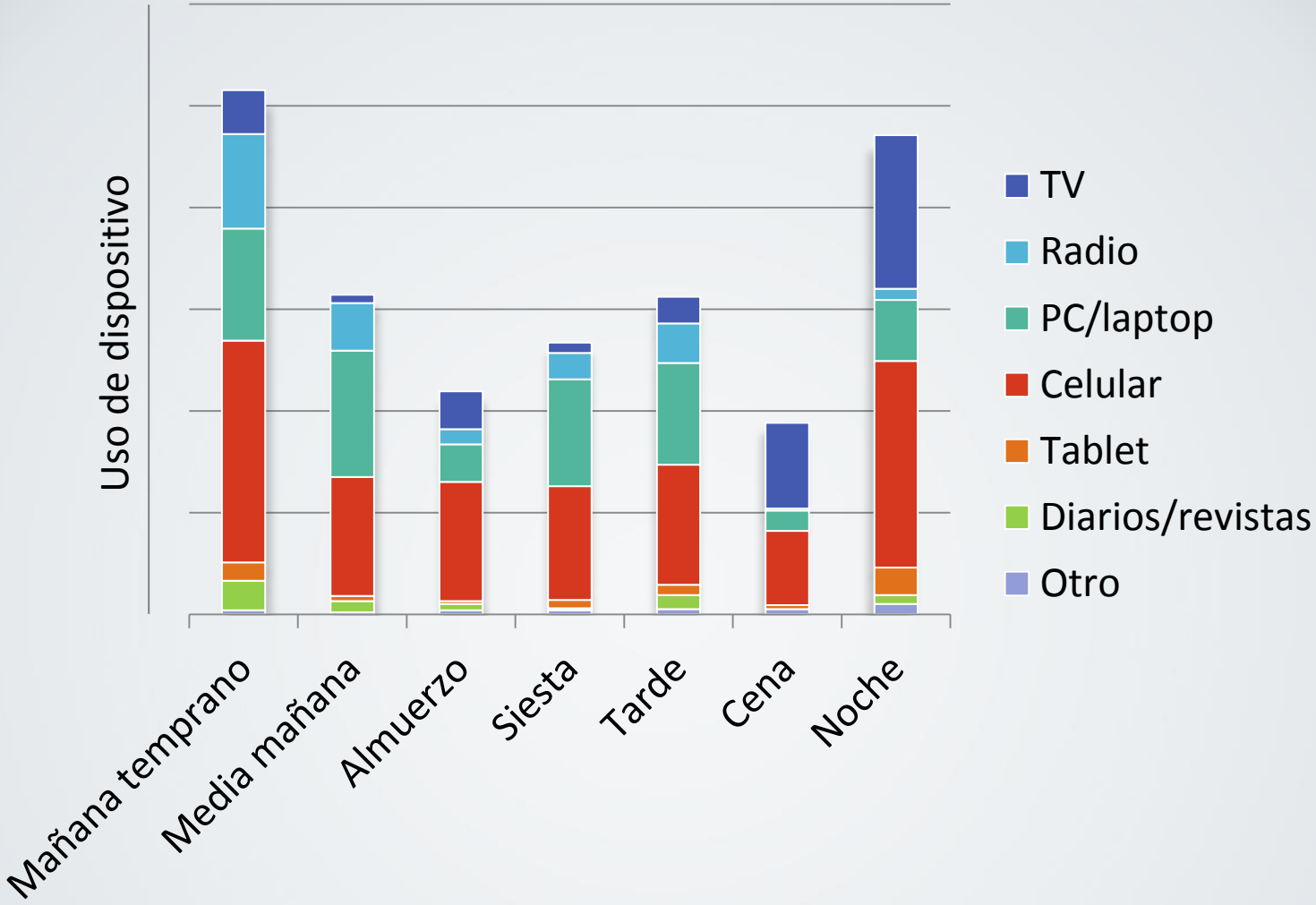


CAMECE

ESTUDIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO
EN CÓRDOBA – ARGENTINA
1° SEM 2016

Medios offline/online

Horarios de preferencia por uso de dispositivo



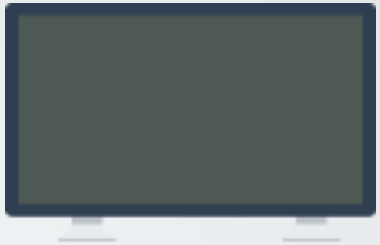
Pregunta formulada:
¿Qué horarios de preferencia tienes con cada uno de estos medios?.

Medios offline/online

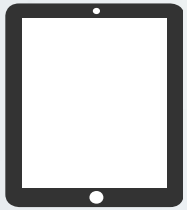
Promedio de tiempo con cada dispositivo

Smartphone
10hs

Pc / Laptop
8hs



TV
3hs



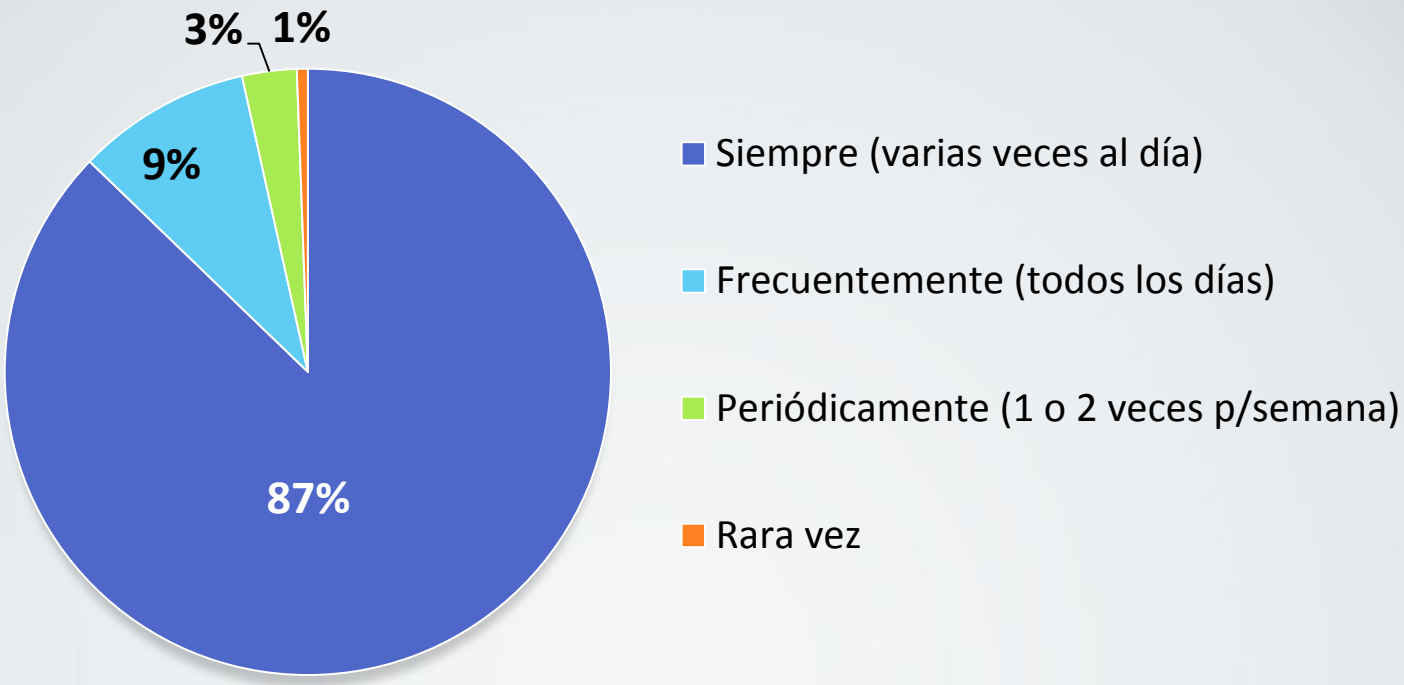
Tablet
1hs

Radio
3hs

Diarios / Revistas:
1hs

Indicación formulada:
Tiempo de permanencia con cada dispositivo en un día de la semana (promedio en hs).

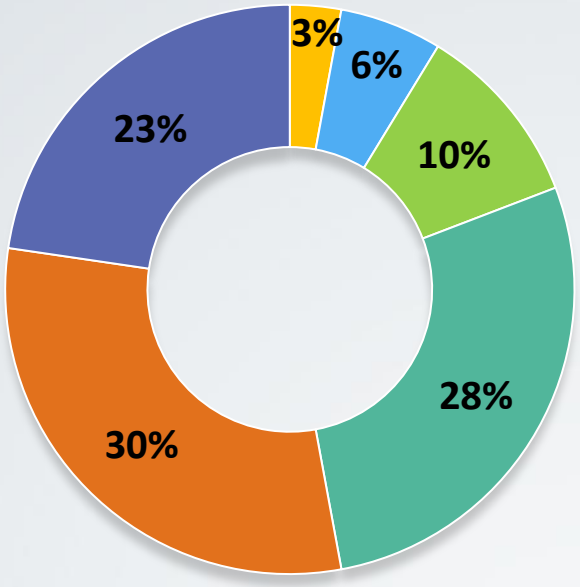
Frecuencia de Acceso a Internet



96% **accede a internet diariamente y varias veces al día, sin importar el dispositivo que utilice.**

Pregunta formulada:
¿Qué tan seguido accedes a Internet?.

Frecuencia de compra Online

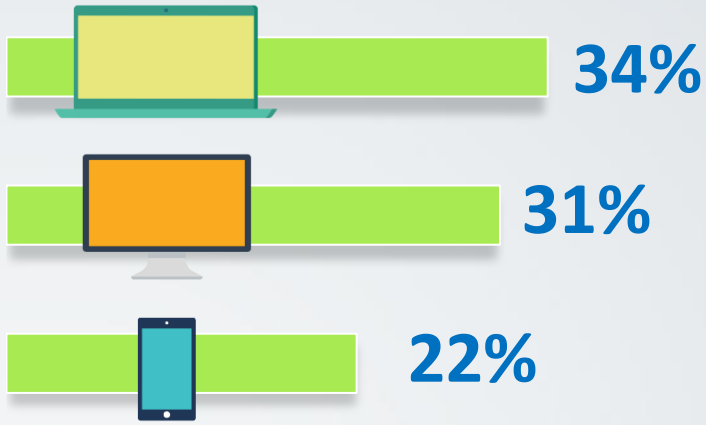


47%

COMPRADORES FRECUENTES
(realizan una compra o más por mes)

Pregunta formulada:
¿Con que frecuencia compras productos o contratas servicios de manera online?

Dispositivos más utilizados para compra online



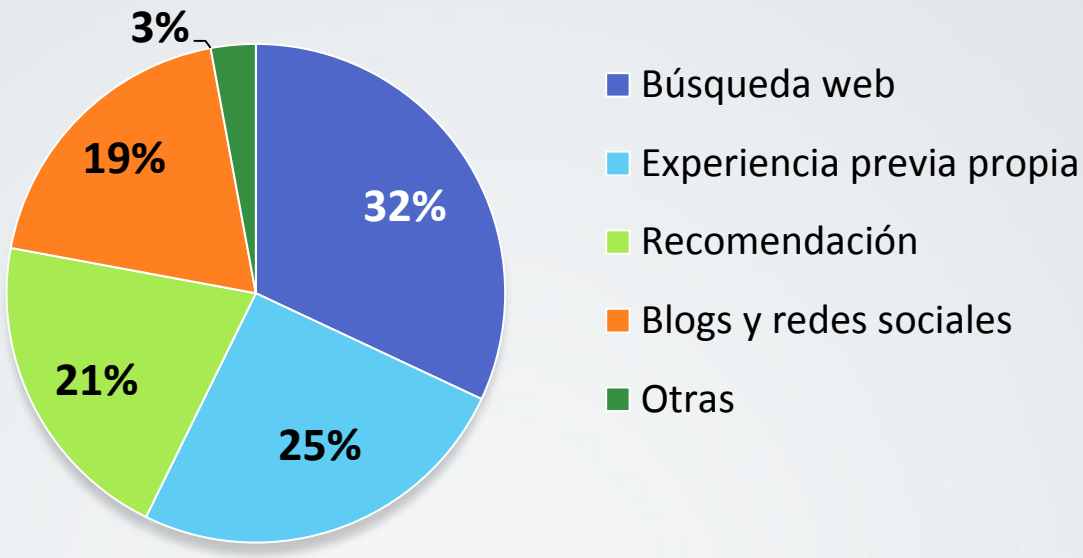
La Notebook es el principal dispositivo utilizado para la compra online

Notebook	34%
PC de escritorio	31%
Smartphone	22%
Netbook	4%
Tablet	6%
Consola de juegos	1,5%
Ipod	1%
Smart TV	0,5%

Pregunta formulada:
¿Cuáles de los siguientes dispositivos has utilizado alguna vez para realizar compras online?.

Antes de la compra online...

Principales fuentes de referencia utilizadas



Antes de la compra offline...

95% ▶ **Consulta precios en forma online**

Preguntas formuladas:

Antes de la compra. ¿Utilizas alguna fuente de referencia?

Antes de la compra offline. ¿Consultas precios de referencia de forma online?.

Canales de compra

48%

Marketplace

32%

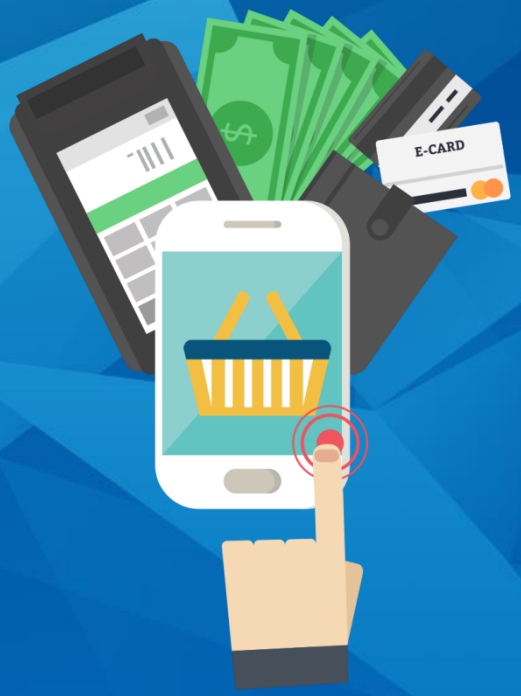
Retail

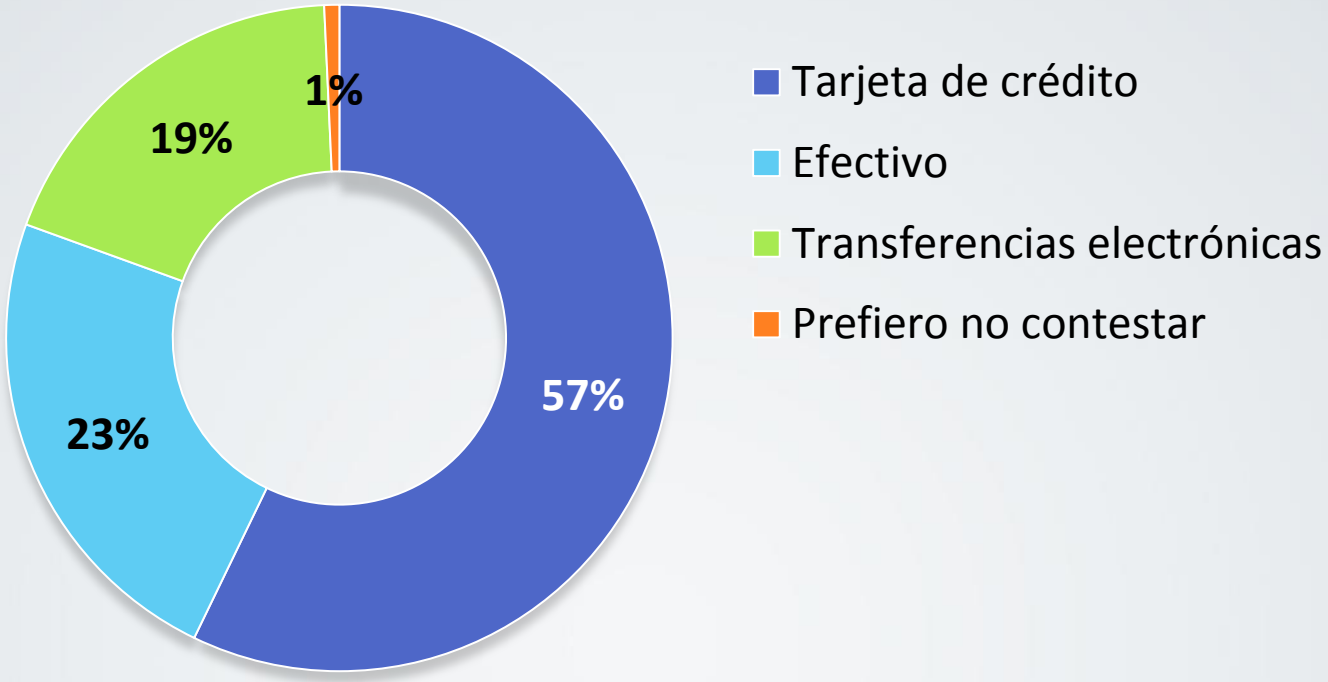
20%

Cupones de descuento

Preguntas formuladas:
¿En cuales páginas web has realizado compras online alguna vez teniendo en cuenta todos los productos que has comprado?

Medios de pago





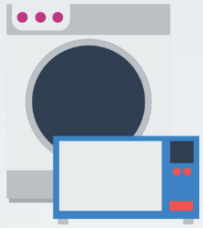
6 de cada 10 compradores eligieron pagar con tarjeta de crédito

Pregunta formulada:
¿Qué medios de pago utilizaste para tus compras por internet?.

Ticket promedio por rubro

Turismo

$15.000



Electrodomésticos

$7.900

Indumentaria

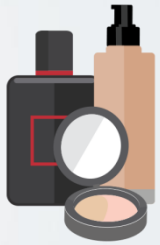
$1.800

Bebés

$2.550

Tecnología

$5.400



Cosmética / Perfumería Joyería

$2.600

Pregunta formulada:

¿Podrías decirnos el valor de las últimas compras realizadas por internet de acuerdo a los siguientes rubros? Se presentan los rubros más significativos. Unidad: Pesos Argentinos.

Ticket promedio por rubro

Artículos para el hogar

$1.900

Accesorios para autos y motos

$2.400

Materiales y herramientas de construcción

$2.600

Bicicletas y accesorios

$2.700

Entradas a espectáculos y eventos

$2.100

Pregunta formulada:

¿Podrías decirnos el valor de las últimas compras realizadas por internet de acuerdo a los siguientes rubros? Se presentan los rubros más significativos. Unidad: Pesos Argentinos.

Ticket promedio por rubro

Artículos de oficina

$1.500

Artículos deportivos

$1.100

Alimentos, bebidas

$900

Juguetes y juegos

$970

Libros, revistas, diarios y suscripciones

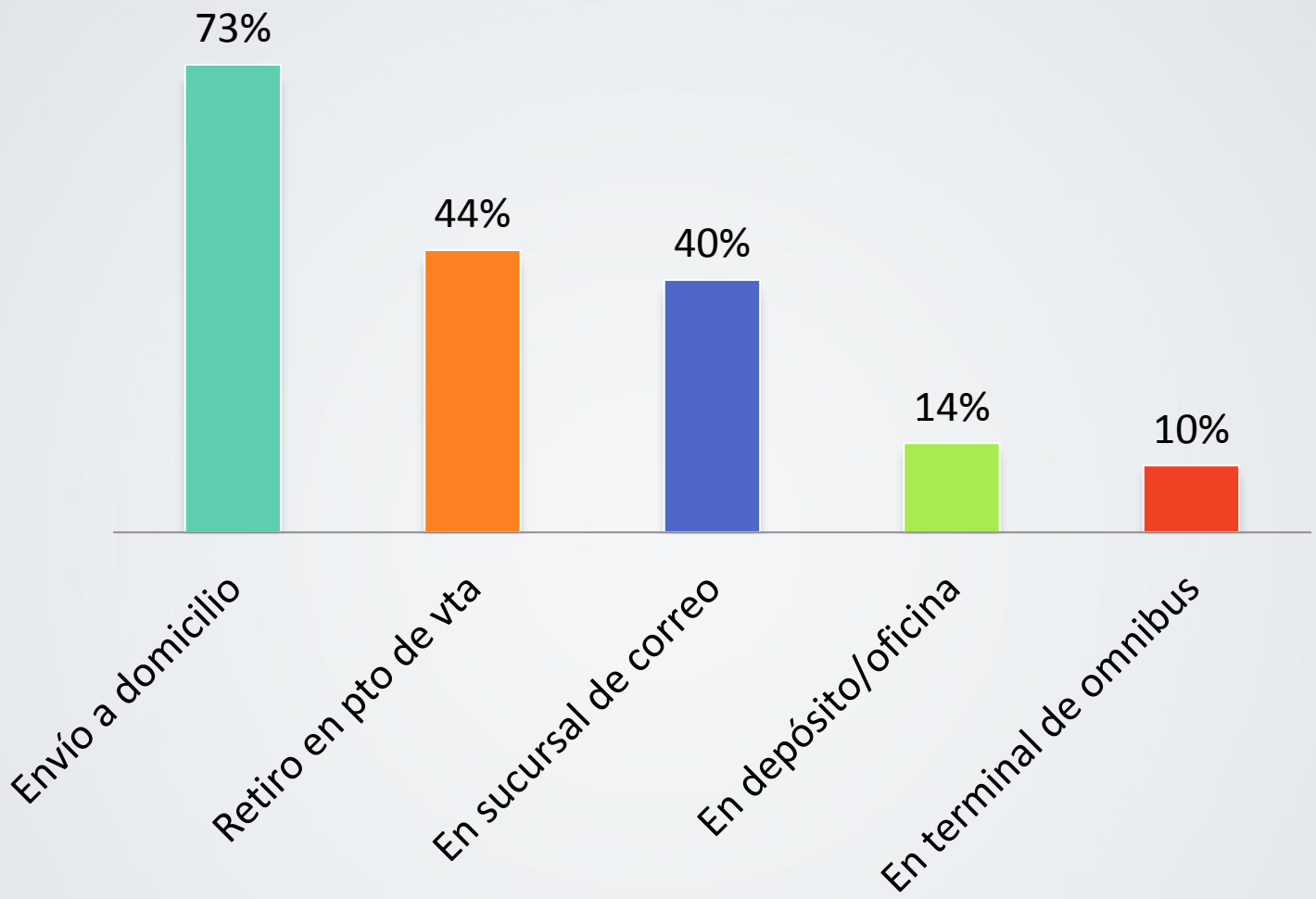
$700

Pregunta formulada:

¿Podrías decirnos el valor de las últimas compras realizadas por internet de acuerdo a los siguientes rubros? Se presentan los rubros más significativos. Unidad: Pesos Argentinos.

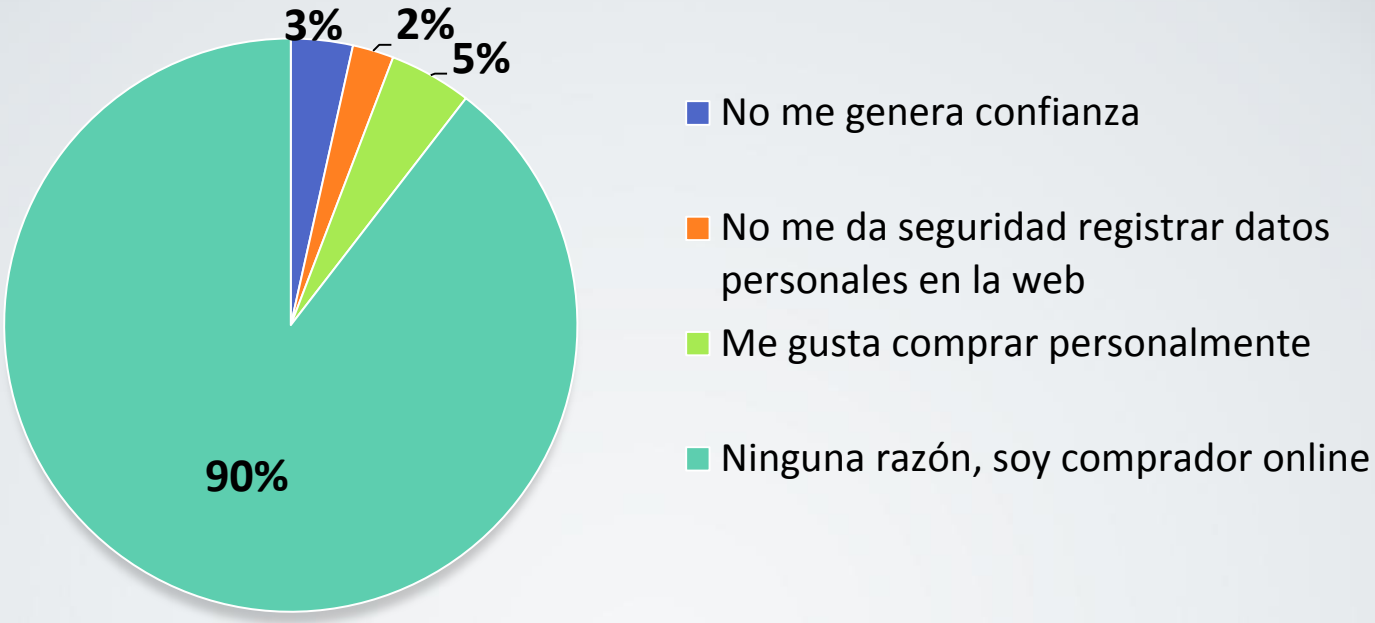
Logística

Describe cómo resuelve el usuario la logística de entrega de productos.



Pregunta formulada:
En general, ¿Cómo resuelves la entrega del producto?.

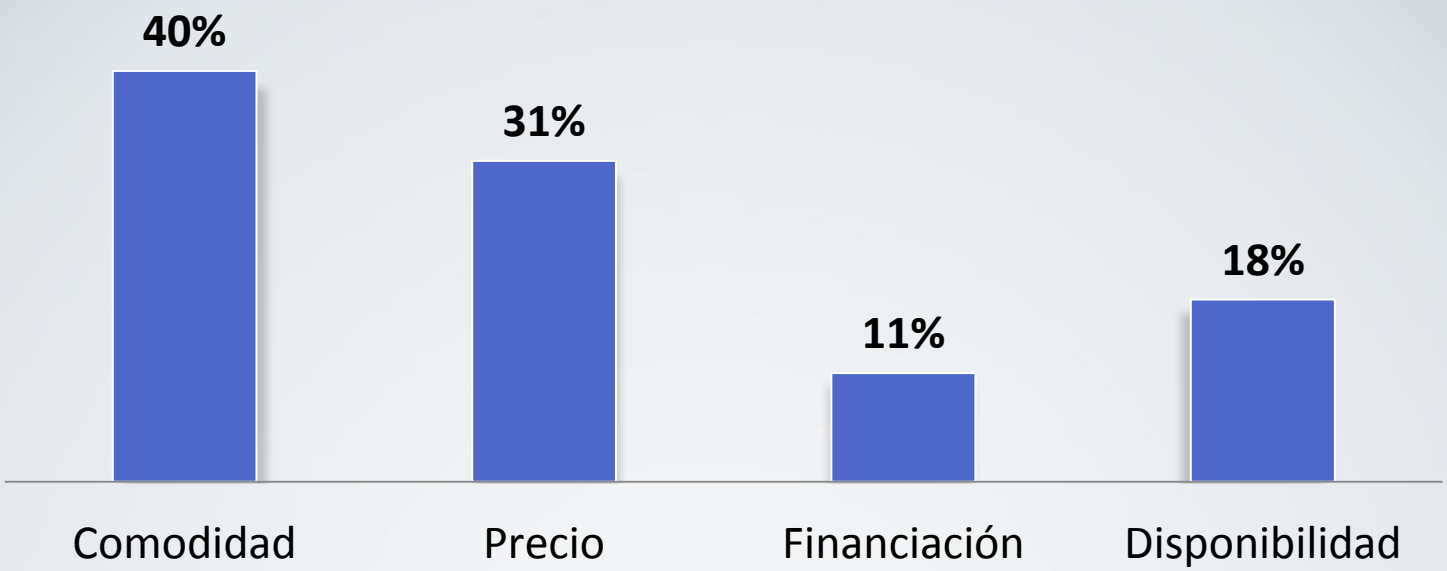
Desventajas compra online



Sólo el **10%** manifiesta desventajas de comprar online.

Pregunta formulada:
¿Porqué razones no compró nunca online?.

Ventajas compra online

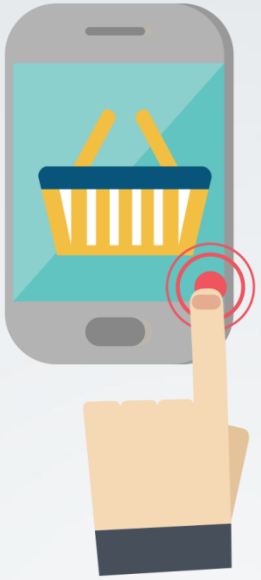


Satisfacción con la compra

Preguntas formuladas:

¿Cuáles son todas las ventajas de realizar compras online en lugar de ir al punto de venta?
¿Estás satisfecho con tus compras realizadas por internet?.

Conclusiones



El Smartphone es el dispositivo más utilizado para acceso a Internet.

Desafío: Incrementar las ventas en dispositivos movile.

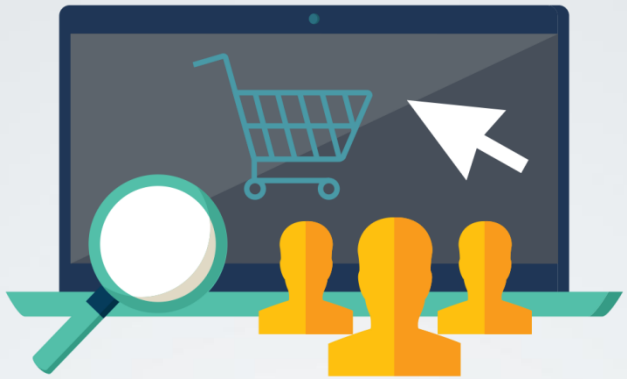
Experiencia de recopilación de datos - 1º Semestre 2016.
Se hizo la primer experiencia formal de recopilación de datos del rubro en la región - Provincia de Córdoba - Argentina.

Conclusiones

- ✓ **96% accede a internet una o varias veces al día.**
- ✓ **47% son compradores "frecuentes", que realizan una compra o más por mes.**

Experiencia de recopilación de datos - 1º Semestre 2016.
Se hizo la primer experiencia formal de recopilación de datos del rubro en la región - Provincia de Córdoba - Argentina.

Conclusiones



El 95% consulta precios de referencia, siendo el dispositivo de mayor uso el smartphone .

Desafío: Visualizar referencias claras del producto para poder comparar calidad/precio.

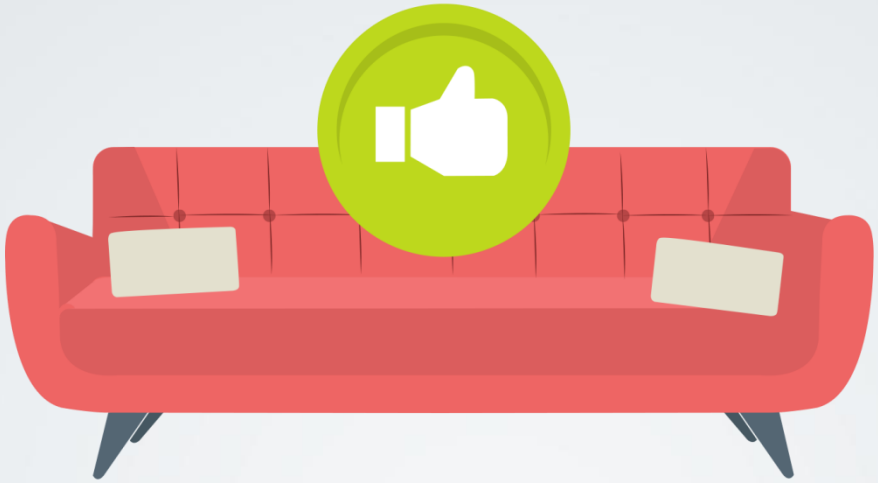
Experiencia de recopilación de datos - 1º Semestre 2016.
Se hizo la primer experiencia formal de recopilación de datos del rubro en la región - Provincia de Córdoba - Argentina.

Conclusiones

Es significativo el uso de tarjetas de crédito p/internet y pasarelas de pago.

Experiencia de recopilación de datos - 1º Semestre 2016.
Se hizo la primer experiencia formal de recopilación de datos del rubro en la región - Provincia de Córdoba - Argentina.

Conclusiones



La mayor ventaja de comprar online es la comodidad.

Experiencia de recopilación de datos - 1º Semestre 2016.
Se hizo la primer experiencia formal de recopilación de datos del rubro en la región - Provincia de Córdoba - Argentina.

CAMECE

La Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico de la Provincia de Córdoba, es una asociación civil sin fines de lucro cuyo objetivo es la difusión y el desarrollo del e-Commerce en Argentina.

- **Presidente:** Guillermo Aníbal Montenegro
- **Secretario:** Matías Amadeo Altamira
- **Tesorero:** Mario Antonio Luna
- **Primer Vocal Titular:** Raúl Alejandro de la Rosa
- **Segundo Vocal Titular:** Pablo Guillermo Dosso
- **Vocal Suplente:** Walter Ricardo Demaldé
- **Revisor de Cuentas Titular:** José Ignacio Martino
- **Revisor de Cuentas Suplente:** Matías Isidro Zarazaga
- **Directora de Estadísticas:** Victoria Gabriela Morenigo

CAMECE

CÁMARA MEDITERÁNEA
DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Av. Hipólito Irigoyen Piso 15 - Córdoba - CP 5000 Argentina