Estudio de Comercio Electrónico

Experiencias de compras por internet

@Córdoba Primer semestre 2017

Presentado por:

TODO PAGO

Cordoba Argentina TODO LO QUE QUERÉS TODO EL AÑO

AGENCIA CORDOBA TURISMO

UTN FACULTAD REGIONAL CÓRDOBA INGENIERÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

camece Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Palabras del presidente de CAMECE

Me complace presentar el tercer 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.

El presente trabajo fue realizado por el equipo de Estadísticas de CAMECE liderado por su Directora la Ing. Victoria Morenigo y patrocinado por la Agencia Córdoba Turismo, la Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Córdoba y la firma Todo Pago.

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 realiza informes estadísticos semestrales, los cuales son públicos y gratuitos.

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

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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**
  Métricas para calcular su evolución.

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

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Ficha técnica:

Encuesta digital:
Experiencias de compras por Internet

Cobertura - Zona Geográfica:
Provincia de Córdoba, Argentina

Universo:
Personas mayores de 18 años

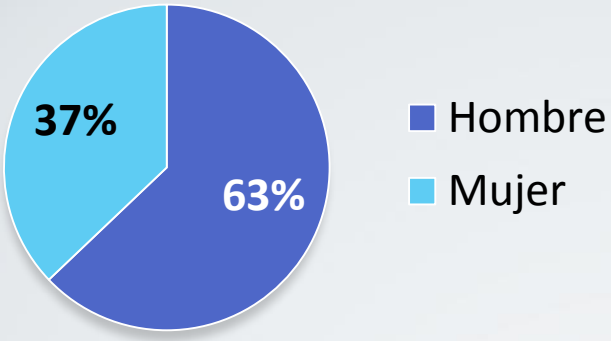
Período encuestado:
Primer semestre 2017

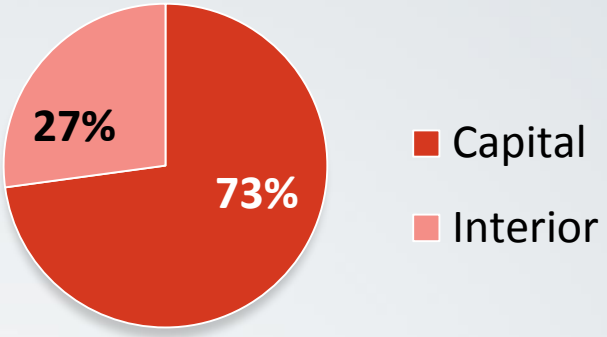
Tamaño muestral:
221 casos

Duración:
Agosto - Septiembre 2017

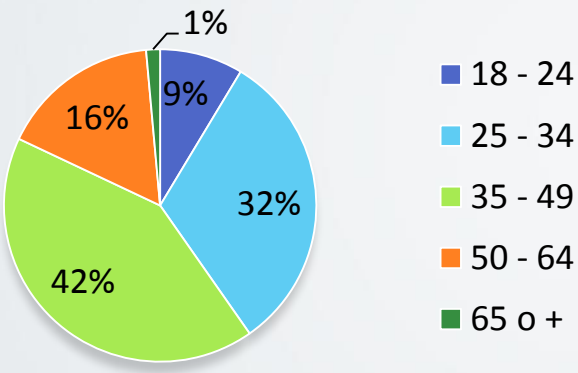
camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Universo encuestado

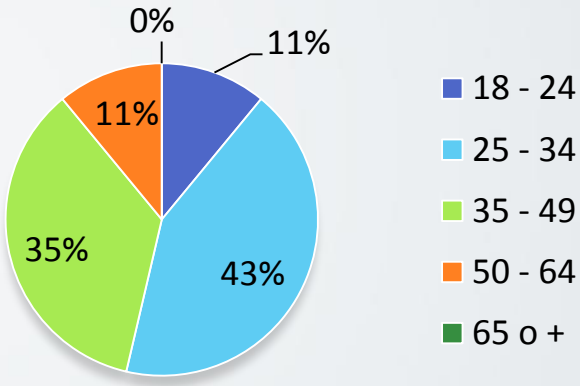




Hombres (rango edad)

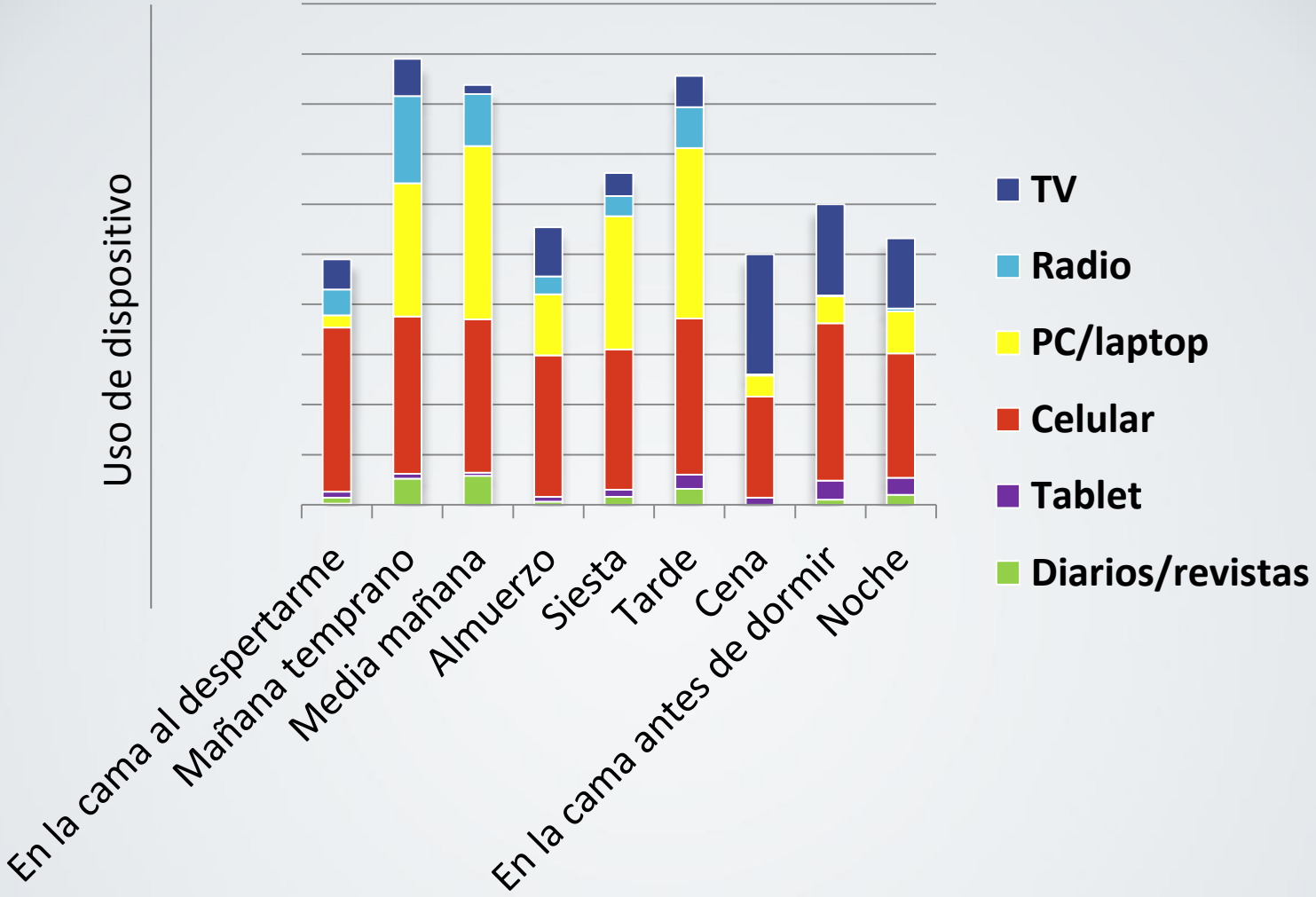


Mujeres (rango edad)



Medios offline/online

Horarios de preferencia por uso de dispositivo



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

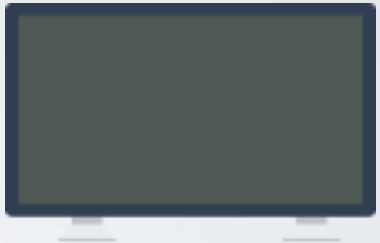
camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Medios offline/online

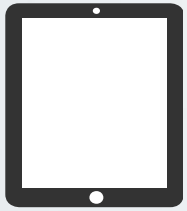
Promedio de tiempo con cada dispositivo

Smartphone
9hs

Pc / Laptop
8hs



TV
2hs



Tablet
1hs

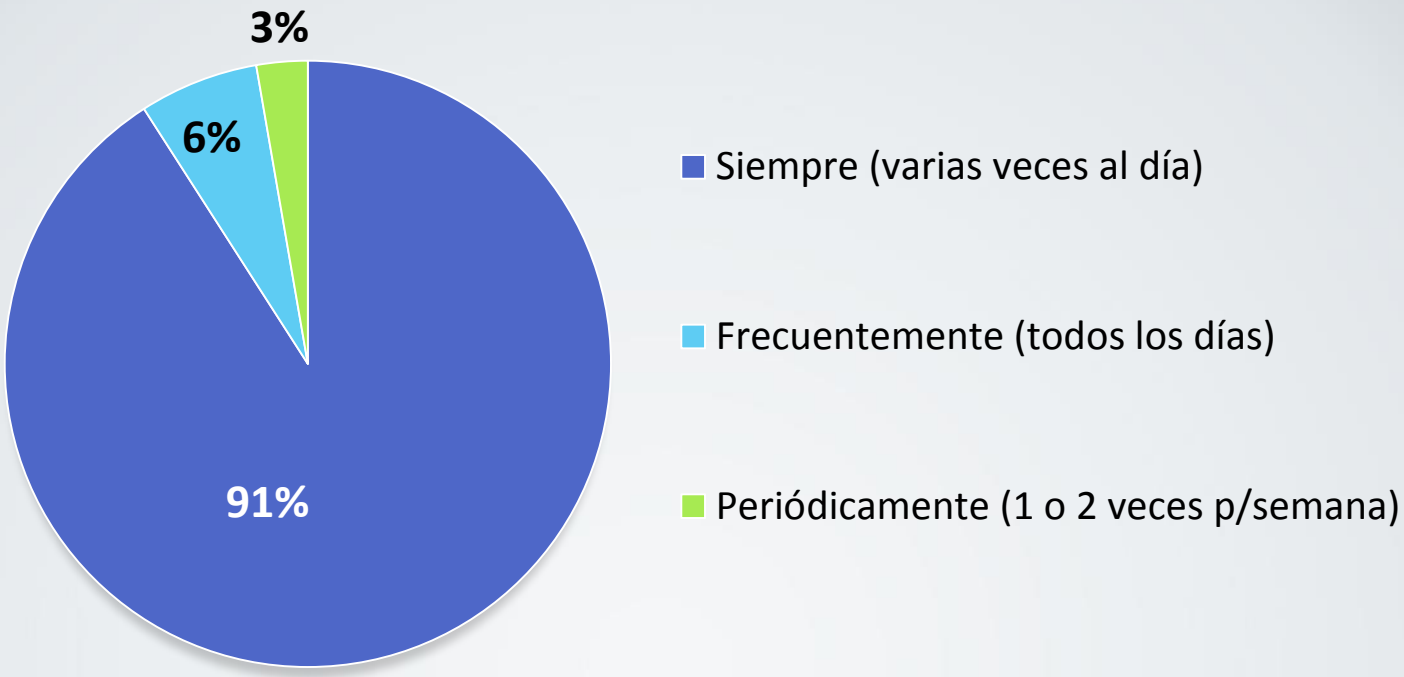
Radio
2hs

Diarios / Revistas:
1hs

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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

Frecuencia de Acceso a Internet

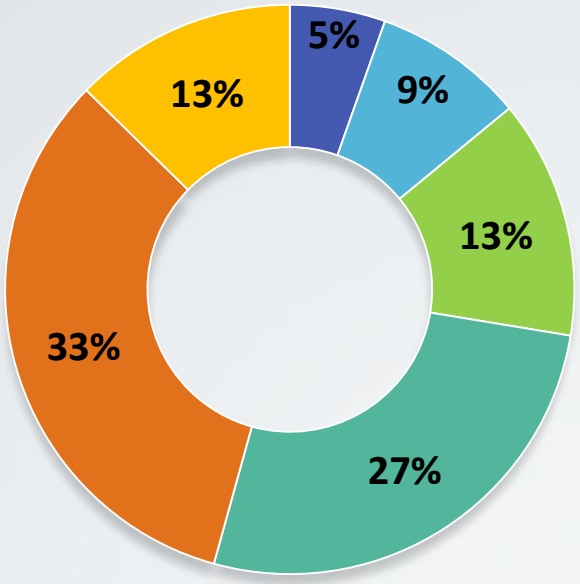


97% **accede a internet diariamente y varias veces al día, sin importar el dispositivo que utilice.**

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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

Frecuencia de compra Online



- varias veces por semana
- una vez por semana
- cada 15 días
- una vez al mes
- una vez cada 2 o 3 meses
- una vez c/6 meses o 1 año

54%

COMPRADORES FRECUENTES
(realizan una compra o más por mes)

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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

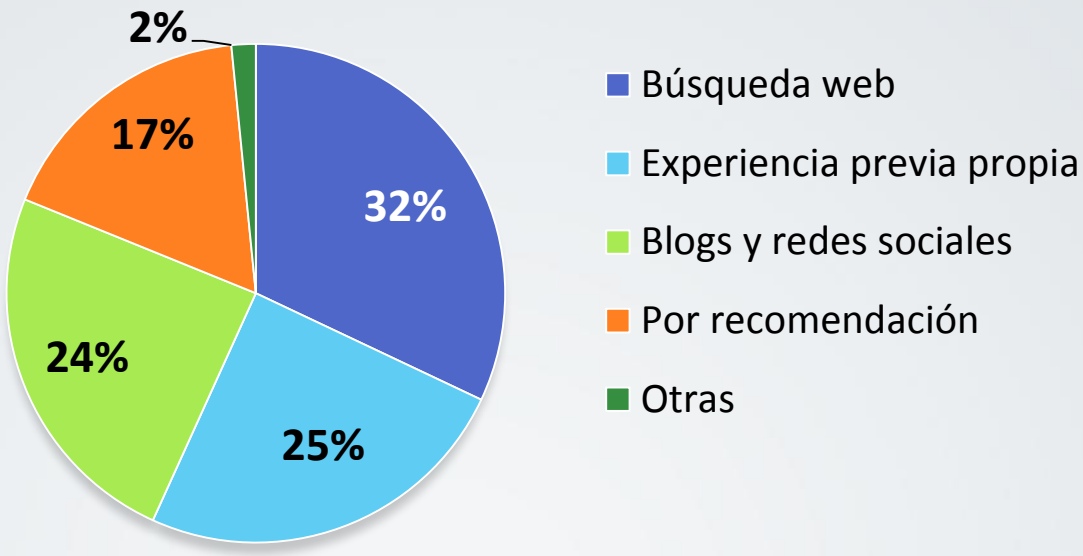
Notebook	35%
Smartphone	29%
PC de escritorio	27%
Tablet	4%
Netbook	3%
Consola de juegos	1%
Ipod	0%
Smart TV	0%

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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...

91% ▶ **Consulta precios en forma online**

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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

Compré 63%
Vendí 37%

35%

Retail

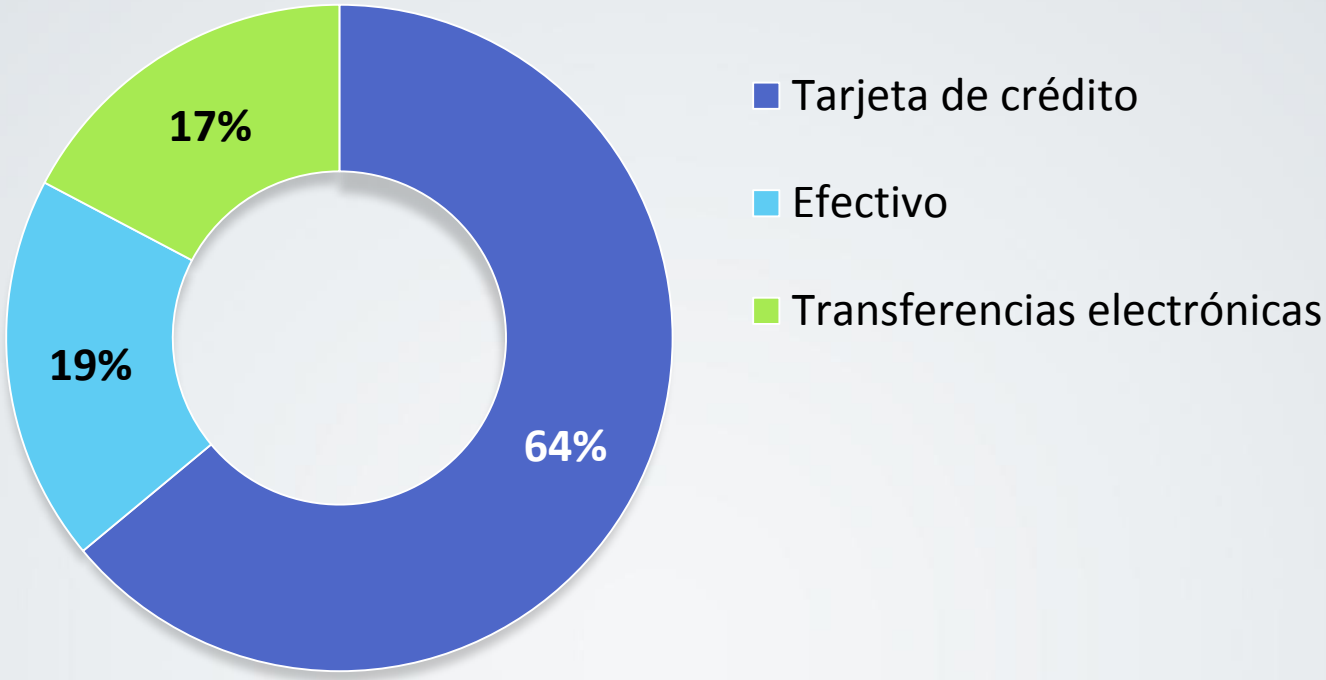
17%

Cupones de descuento

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Preguntas formuladas:
¿En qué páginas de Internet has comprado alguna vez?
¿Utilizaste Marketplace para comprar o vender productos o servicios?

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?.

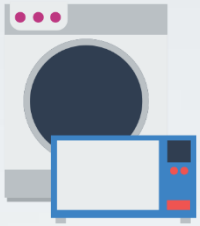
camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Ticket promedio por rubro

Turismo

$16.000



Electrodomésticos

$5.600

Indumentaria deportiva

$2.000

Calzado no deportivo

$1.900

Tecnología

$8.100

Cosmética / Perfumería

$1.300

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

$5.000

Accesorios y repuestos para autos/motos

$2.200

Materiales y herramientas de construcción

$5.800

Bebés

$2.400

Bicicletas y accesorios

$3.500

Entradas a espectáculos y eventos

$2.200

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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

$2.400

Artículos deportivos

$2.000

Alimentos, bebidas

$2.200

Juguetes y juegos

$1.300

Ropa de hombre y mujer

$4.300

Libros, revistas, diarios y suscripciones

$900

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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.

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Ticket promedio por rubro

Productos para el Agro

$10.000

Joyería, relojería y bijouterie

$2.000

Calzado deportivo

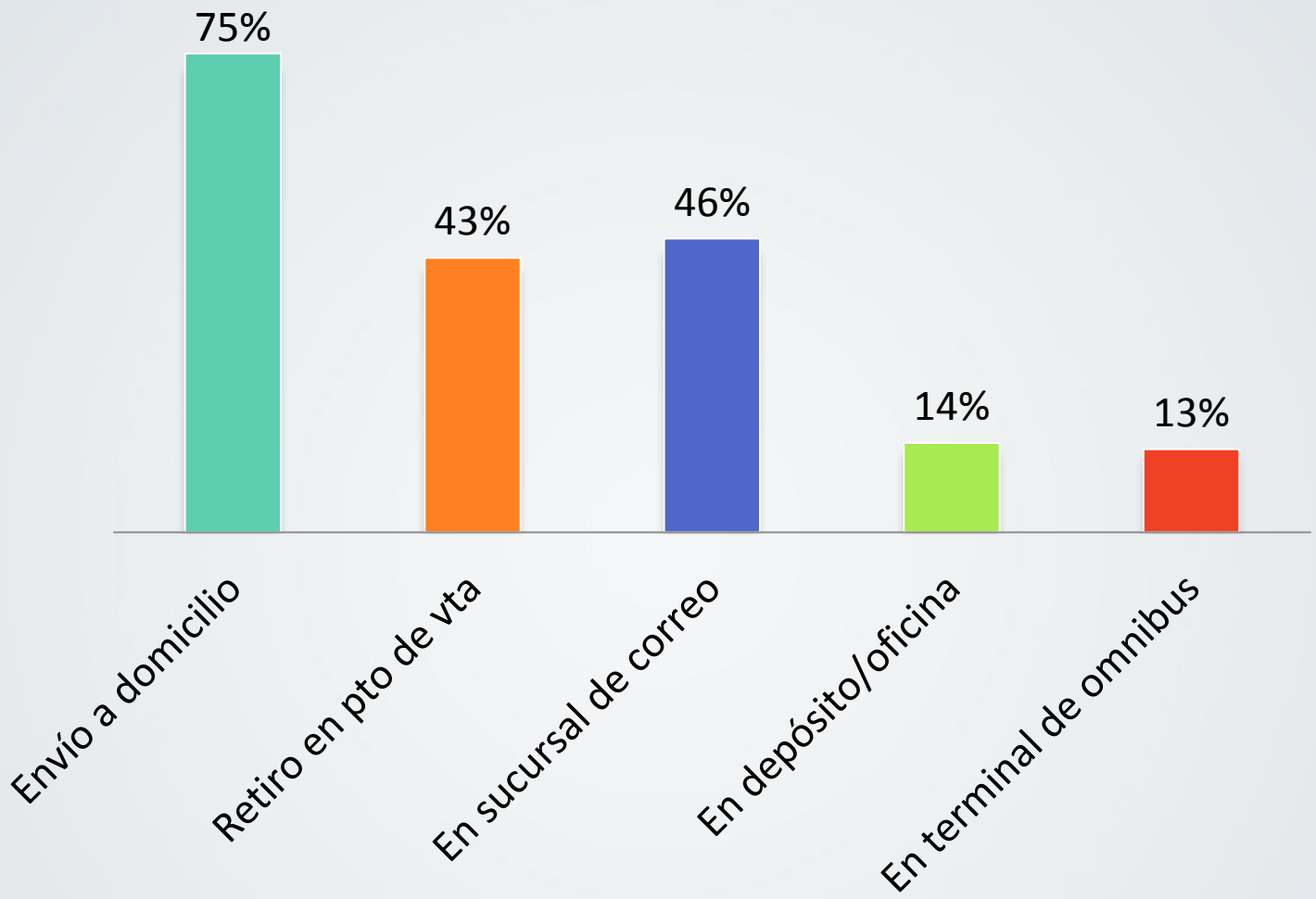
$2.200

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

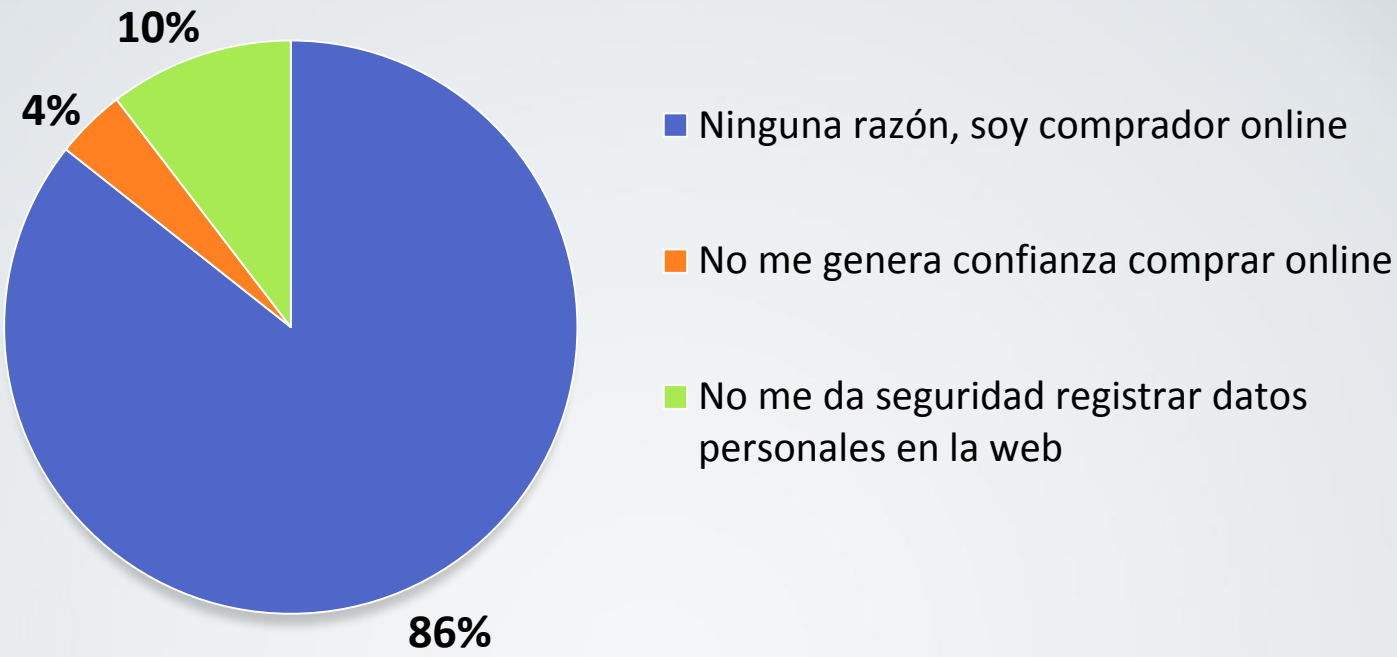
Describe cómo resuelve el usuario la logística de entrega de productos.



camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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

Desventajas compra online

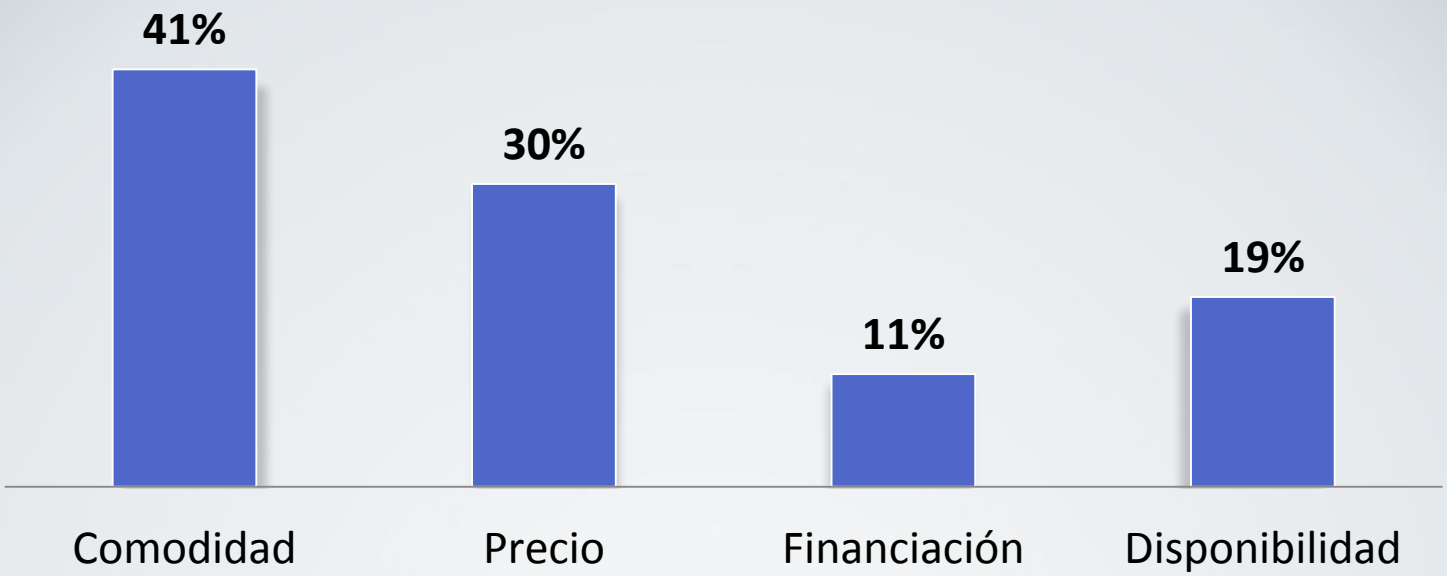


14% manifiesta desventajas de comprar online.

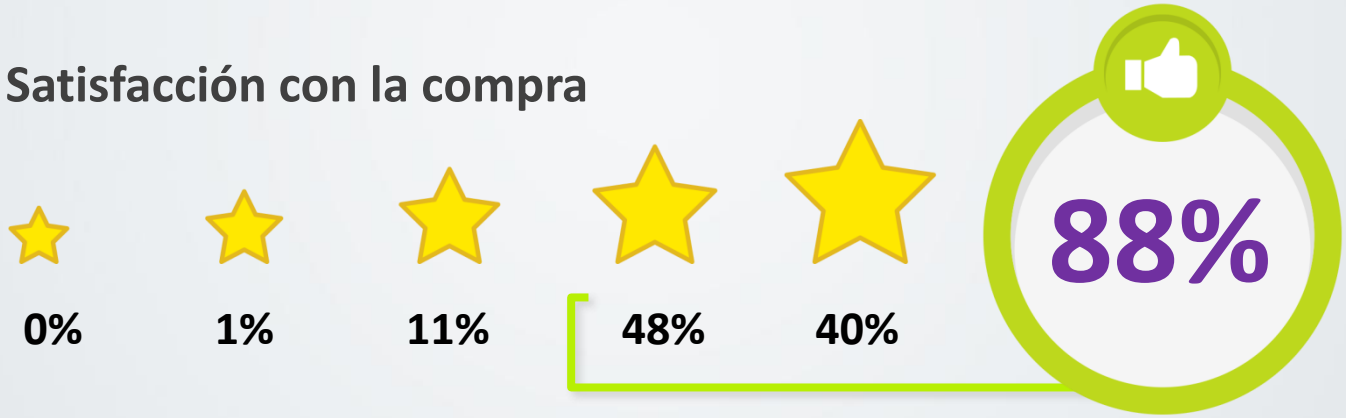
Pregunta formulada:
¿Tenés razones por las que no te gusta comprar por internet?

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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?.

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Conclusiones

- ✓ Aumento considerado de usuarios conectados de forma permanente y mayor cantidad de compradores frecuentes.
- ✓ El celular, superó la PC de escritorio para compras online acercándose a la notebook que por el momento sigue siendo el dispositivo más usado.
- ✓ Se mantiene estable la compra en marketplace, aumentó la compra en tiendas y bajaron los cupones de descuento.

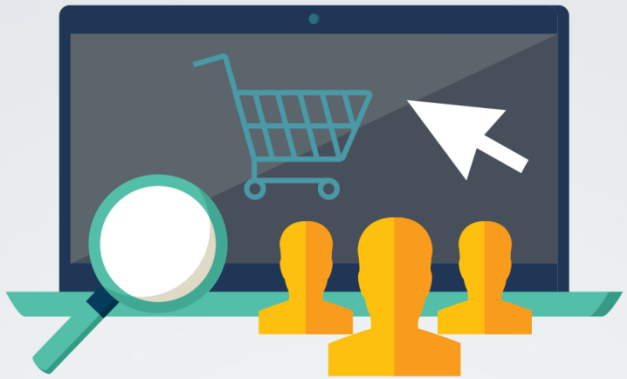
camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Conclusiones

- ✓ Se incrementó la compra con tarjeta de crédito y bajó 4 puntos la compra en efectivo.
- ✓ Tuvo un aumento considerable el ticket en: Tecnología, artículos para el hogar, materiales de construcción y ropa (hombre/mujer).
- ✓ En materia de logística, hubo un incremento de envíos a domicilio y fue notable la elección de retiro en sucursal de correo.

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Conclusiones



- ✓ Dentro de las razones por las que la gente no elije comprar por internet (14%), se ha duplicado el porcentaje de resistencia a brindar datos personales en la web por seguridad, respecto a igual semestre del año anterior.

- ✓ Sigue siendo la comodidad, la mayor ventaja de comprar online y continua en aumento la satisfacción del cliente.

camece
Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

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 Mediterránea de
Comercio Electrónico

camece

Cámara Mediterránea de Comercio Electrónico

Av. Hipólito Yrigoyen 146 Piso 15 - Córdoba - CP 5000 Argentina

Presentado por:

TODO PAGO

Cordoba Argentina — TODO LO QUE QUERÉS TODO EL AÑO

AGENCIA CORDOBA TURISMO

UTN FACULTAD REGIONAL CÓRDOBA — INGENIERÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN