



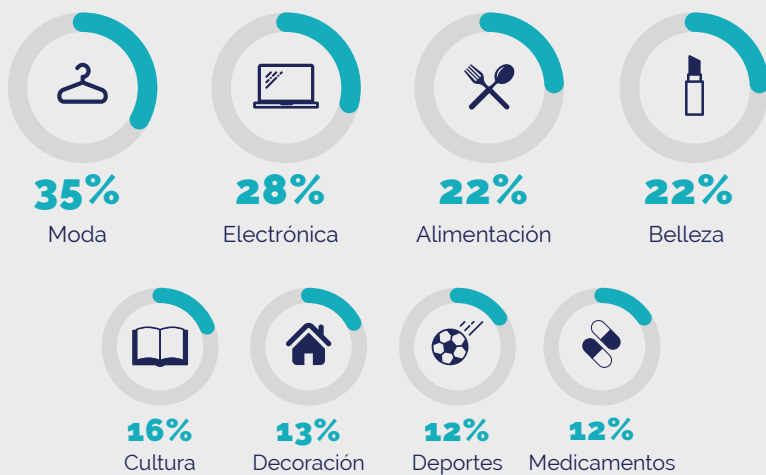
EL PORCENTAJE DE COMPRADORES ONLINE CRECIÓ 24% RESPECTO A 2013

DEL TOTAL DE INTERNAUTAS COLOMBIANOS

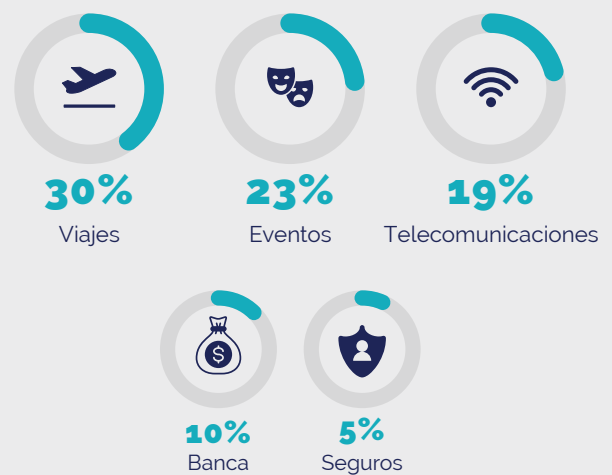
76% SON COMPRADORES ONLINE

DE AL MENOS UN PRODUCTO / SERVICIO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

COMPRA ONLINE - PRODUCTOS



COMPRA ONLINE - SERVICIOS



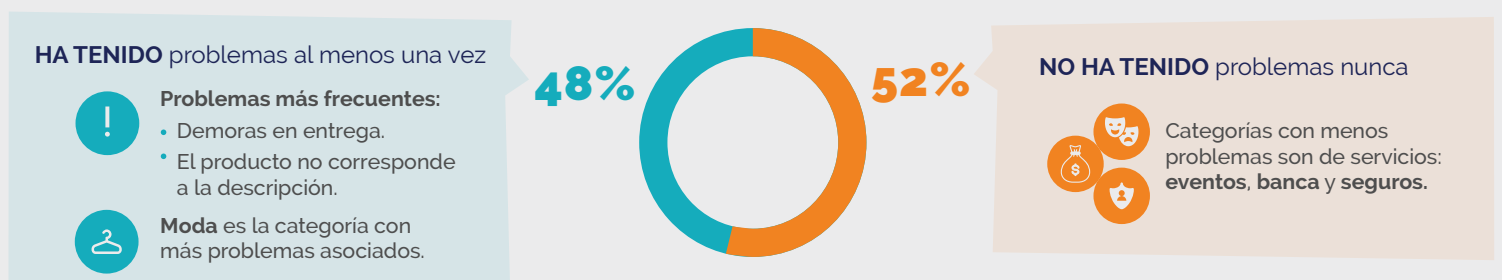
MOTIVACIONES PARA COMPRAR



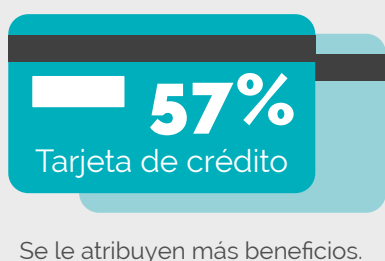
ASPECTOS MÁS VALORADOS EN:



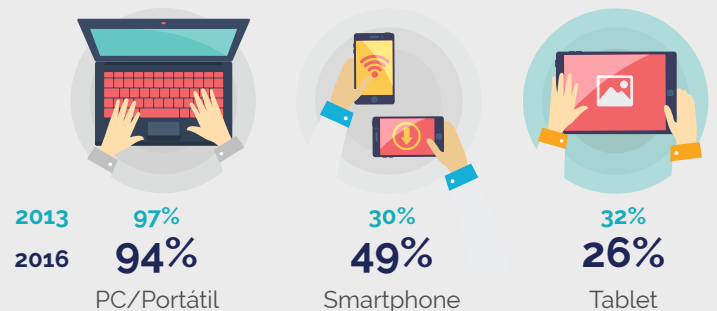
INCIDENCIAS EN LA COMPRA



MEDIO DE PAGO MÁS UTILIZADO



USO DE DISPOSITIVOS PARA COMPRA EFECTIVA



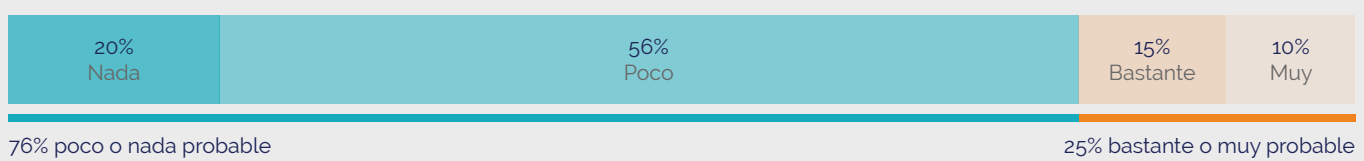
DEL TOTAL DE INTERNAUTAS COLOMBIANOS

24% NO HAN COMPRADO ONLINE

BARRERAS A LA COMPRA ONLINE



PROBABILIDAD DE COMPRA EN LOS PRÓXIMOS TRES MESES

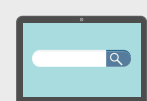


¿Qué haría que comprara?

PRECIO	30%	Conocer buenas promociones.
PAGO	29%	Contar con formas de pago más seguras.
POSTVENTA	27%	Poder devolver productos fácilmente.
PAGO	23%	Poder pagar al recoger el producto.

¿Qué compraría?

37%	Moda
35%	Electrónica
27%	Eventos
21%	Viajes



INTERNET COMO CANAL DE INFORMACIÓN



METODOLOGÍA

1. CUALITATIVO: 4 minigrupos (6 asistentes) realizados en Bogotá. Distribuidos según Compradores Online/ No compradores, NSE 2,3 y 5
2. CUANTITATIVO: 1.000 Encuestas online e individuos de 18 a 55 años.
Datos representativos de la población internauta de Colombia (80% - MinTic)
Error = 3,1% (95% de nivel de confianza).
Trabajo realizado durante el mes de Junio de 2016.

Realizado por:

the cocktail analysis

info@tcanalysis.com • tcanalysis.com • twitter.com/tcanalysis