

# Informe sobre e-Readiness en Latinoamérica 2016

Cada dos años Visa produce una reseña estratégica del nivel de e-Readiness en Latinoamérica en asociación con Euromonitor International. Esta reseña ayuda a identificar áreas de oportunidad y a impulsar la adopción de Internet.

## Overview

El comercio electrónico en Colombia alcanzó los USD 2,500 millones en el 2015, cifra que representa un aumento de un 17.2% en comparación con el 2013. Este hecho refleja el fuerte desarrollo en el sector, particularmente al tomar en consideración que el crecimiento ocurrió en medio de un período de desaceleración en la economía.

## Población



## Posesión de dispositivos



## Valor del mercado de comercio electrónico en 2015



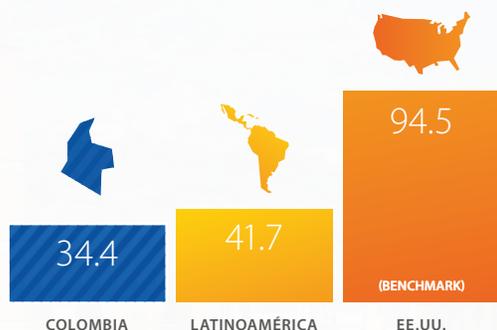
## Predicción para 2020

Se prevé que el valor del mercado de comercio electrónico aumentará anualmente en:<sup>1</sup>



## Índice

El índice de e-Readiness ayuda a medir cuán desarrollado está el comercio electrónico en un país o región en particular.



## Desglose del índice



## Perfiles de consumidores

El 74.2% de los consumidores colombianos cae dentro de dos perfiles opuestos: el Navegador Experto (que compra en línea al menos una vez al mes) y el Tradicionalista (que nunca compra en línea).



### Perfil que lidera

#### El Navegador Experto

Edad promedio: 42 años  
 Ingreso mensual promedio: USD 1,374  
 Tiempo promedio diario en Internet: 4.3 horas

## Desglose por perfil

COL Colombia LatAm Latinoamérica EE.UU. Estados Unidos de Norteamérica

2016 2014



<sup>1</sup> Tasa compuesta anual de crecimiento (TCAC) Todas las estadísticas proceden de "e-Readiness en Latinoamérica, 2016", un informe preparado para Visa por Euromonitor International.