

Informe sobre e-Readiness en Latinoamérica 2016

Perú

29.4

ÍNDICE DE E-READINESS

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.

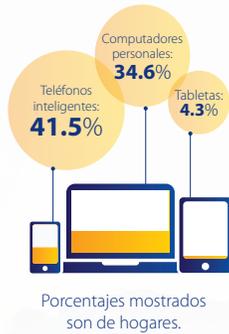
Información del país

A medida que los consumidores peruanos se adaptan gradualmente al comercio electrónico, existen oportunidades sustanciales para desarrollar más el ambiente de compras en línea mediante mejoras en la conectividad monetaria y la conectividad en línea.

Población



Posesión de dispositivos



Valor del mercado de comercio electrónico en 2015



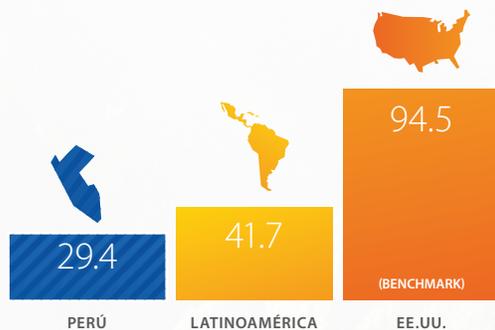
Predicción para 2020

Se prevé que el valor del mercado de comercio electrónico aumentará anualmente en un:

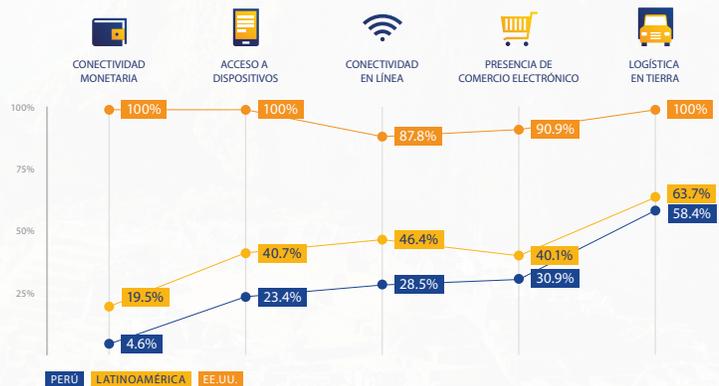


Índice

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 40.5% de los consumidores peruanos cae dentro del perfil Tradicionalista, lo cual significa que casi nunca compran el línea.



Perfil que lidera

El Tradicionalista

Edad promedio: 41.5 years
 Ingreso mensual promedio: USD 340
 Tiempo promedio diario en Internet: 3.8 horas

Desglose por perfil

PER Perú LAC Latin America USA United States of America



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