

# Informe sobre e-Readiness en Latinoamérica 2016

40.0

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

Argentina es el tercer mayor mercado de comercio electrónico en Latinoamérica en términos de dólares. Sin embargo, la devaluación y la inflación de 2013 a 2015 han conducido a un crecimiento relativamente bajo del comercio electrónico en dólares.

### Población



### Posesión de dispositivos



### Valor del mercado de comercio electrónico en 2015



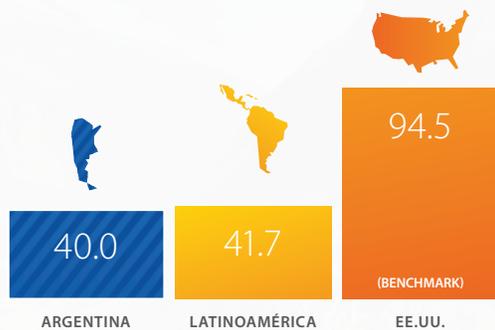
### Predicción para 2020

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

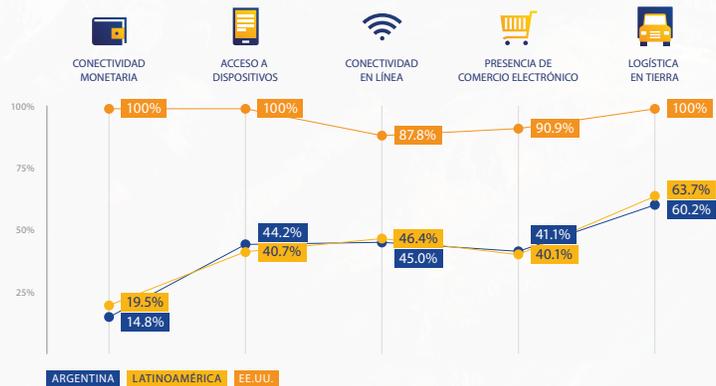


## Índice

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 77.1% de los consumidores argentinos 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: 42.8 años  
 Ingreso mensual promedio: USD 1,600  
 Tiempo promedio diario en Internet: 4.1 horas

## Desglose por perfil

ARG Argentina LatAm Latinoamérica EE.UU. Estados Unidos de Norteamérica



<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.