

El comprador online

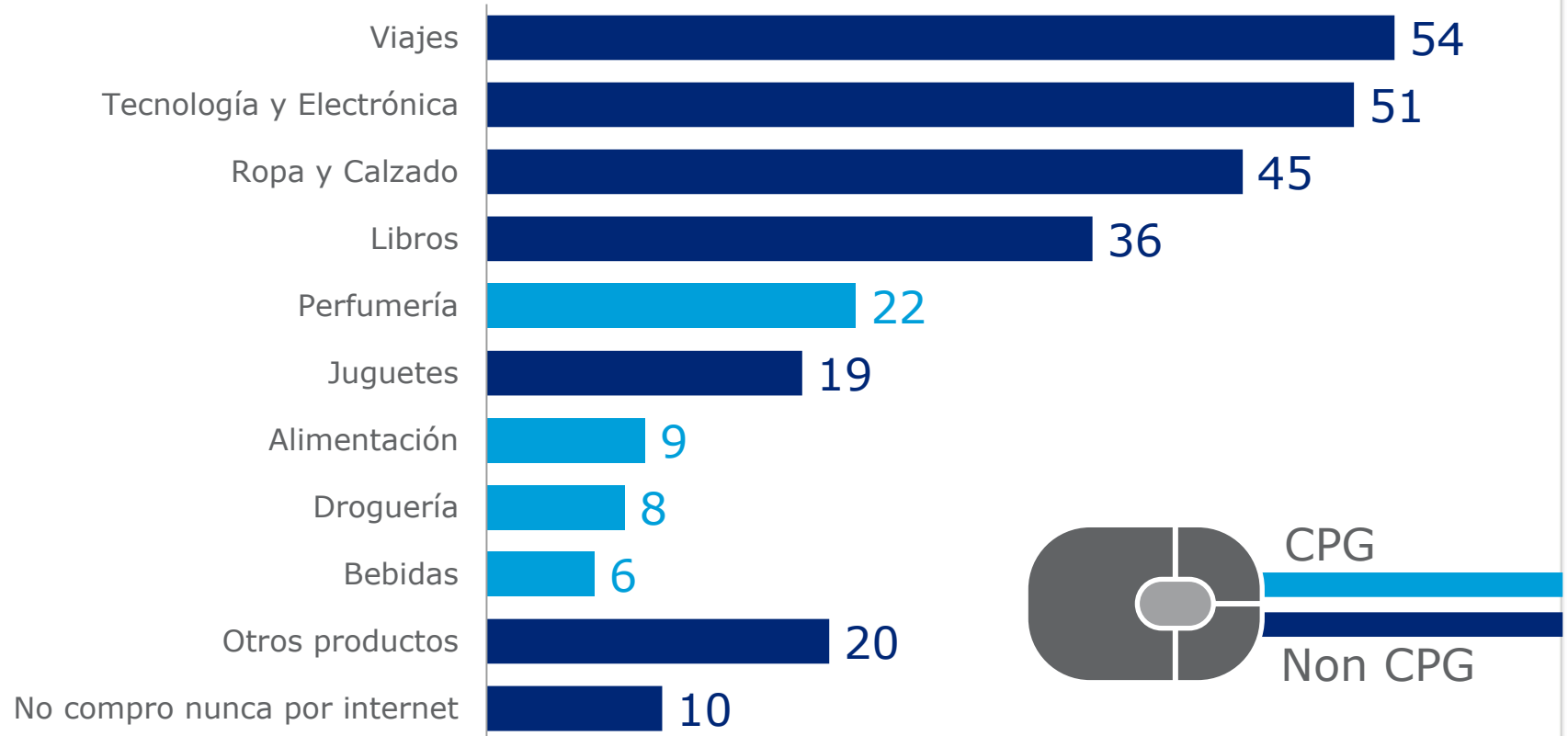
Encuesta sobre rutinas de compra offline y online



Marzo 2015

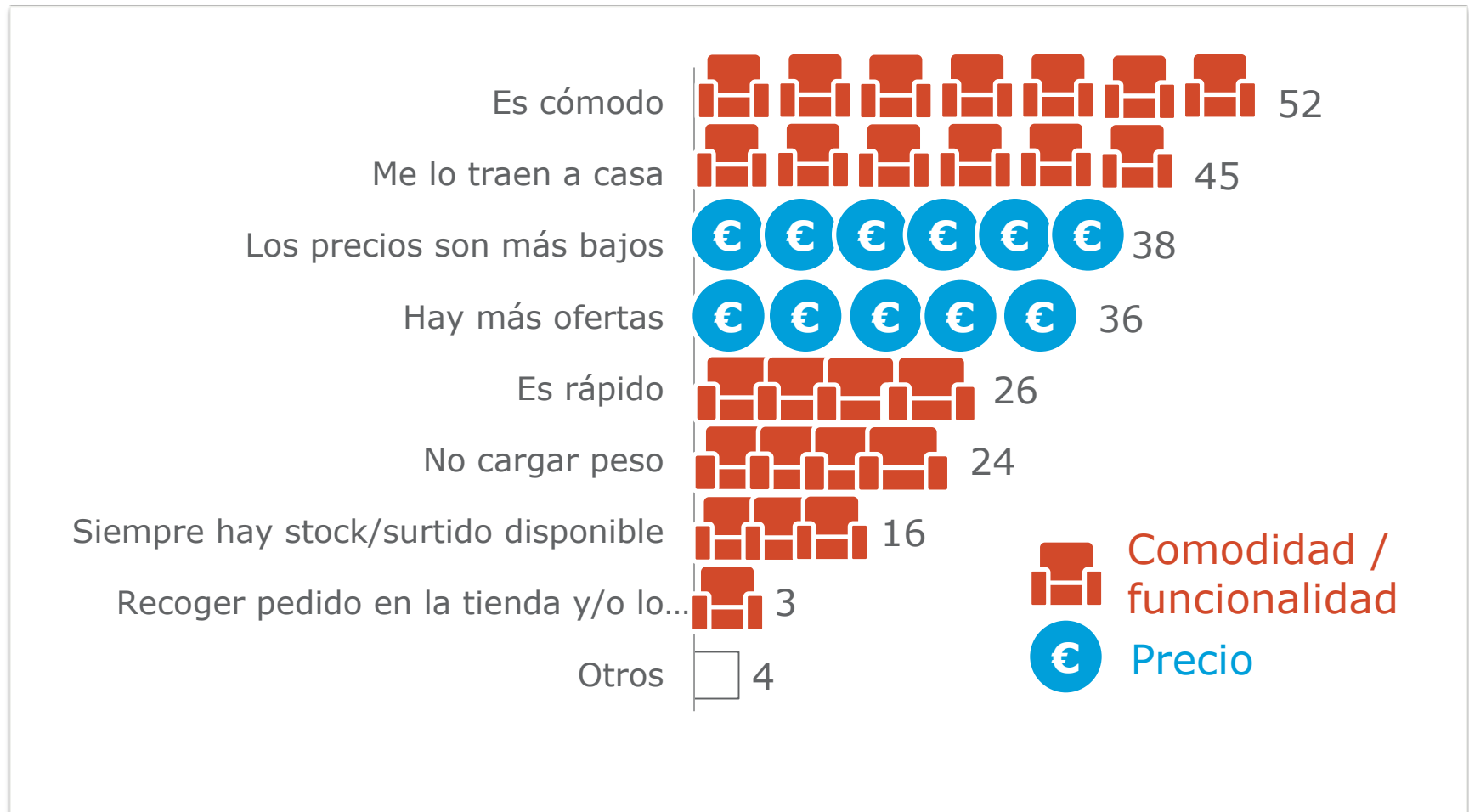
Aún hay poca experiencia e-commerce para CPG

Pero en otros sectores está muy extendido, como viajes o tecnología/electrónica



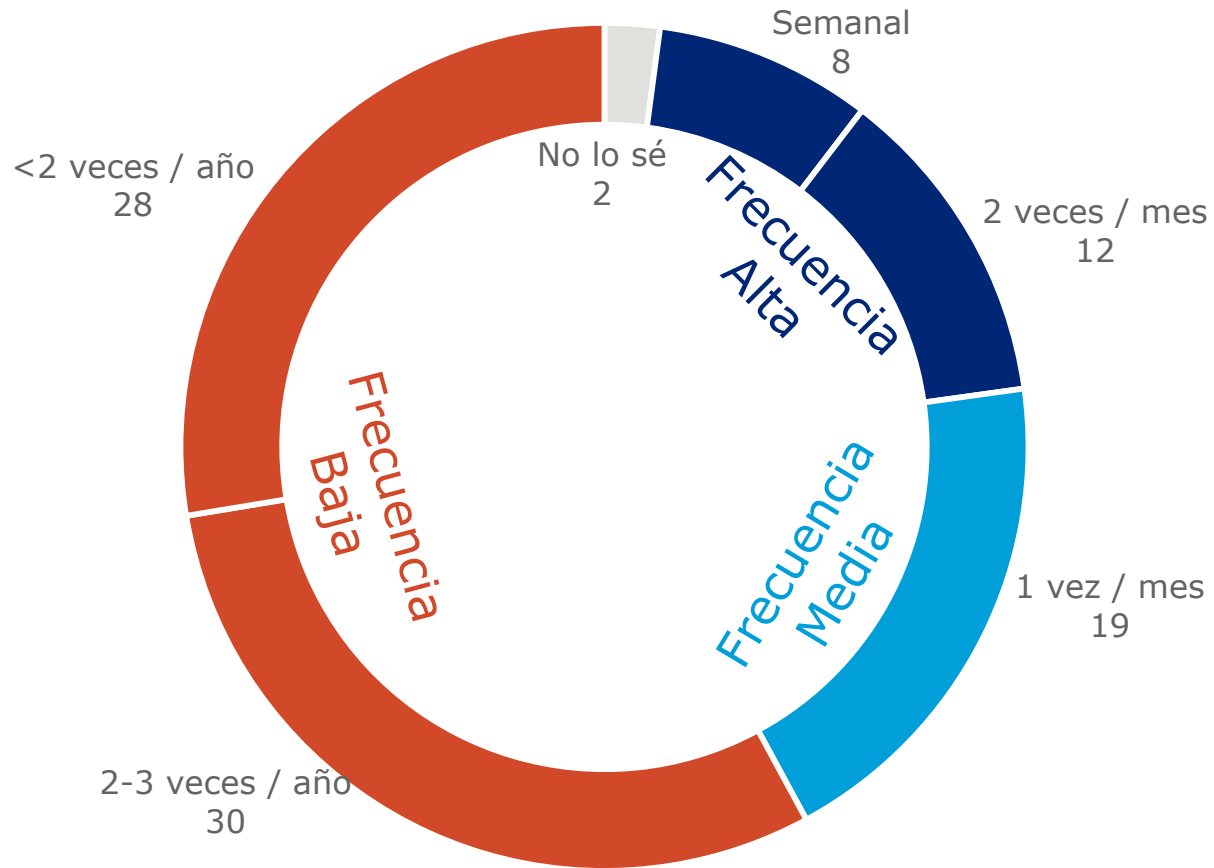
Fuente: IRI, Encuesta sobre rutinas de compra offline y online 2015

La comodidad prima en la decisión de compra online



Fuente: IRI, Encuesta sobre rutinas de compra offline y online 2015

La compra online es menos frecuente que la compra offline



Fuente: IRI, Encuesta sobre rutinas de compra offline y online 2015

El comprador aún integra pocas rutinas online en su proceso de compra offline



Fuente: IRI, Encuesta sobre rutinas de compra offline y online 2015

Y las limitaciones se centran sobretudo en poder ver y tocar el producto en tienda, pero también las dificultades para retornar



Fuente: IRI, Encuesta sobre rutinas de compra offline y online 2015

Aunque tiene buenas perspectivas de futuro

USO DEL MÓVIL DURANTE LA COMPRA



4 de cada **10**
consultan el móvil en tienda

18%
revisan la lista de la compra

Sólo **5%**
compara precios en otras tiendas

11%
buscan promociones mientras compran

Fuente: IRI, Encuesta sobre rutinas de compra offline y online 2015