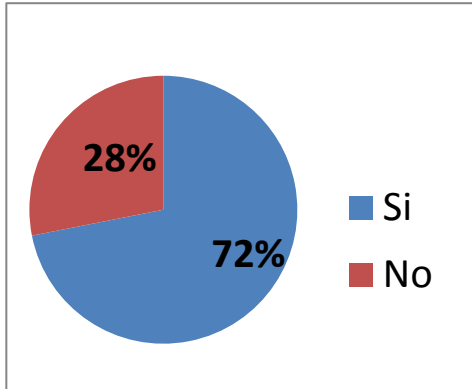


# El uso de los medios digitales en el comercio

Conscientes que cada día ahí en una mayor cantidad de personas conectadas a internet mediante cualquier tipo de dispositivo (computador, tableta, móvil), y la llegada de la temporada de fin de año, se abre una oportunidad importante para el desarrollo del comercio y se crean diferentes espacios a nivel mundial y nacional con el fin de motivar las compras de productos y servicios por medio de canales virtuales, como una manera de cumplir con las expectativas trazadas en la temporada.

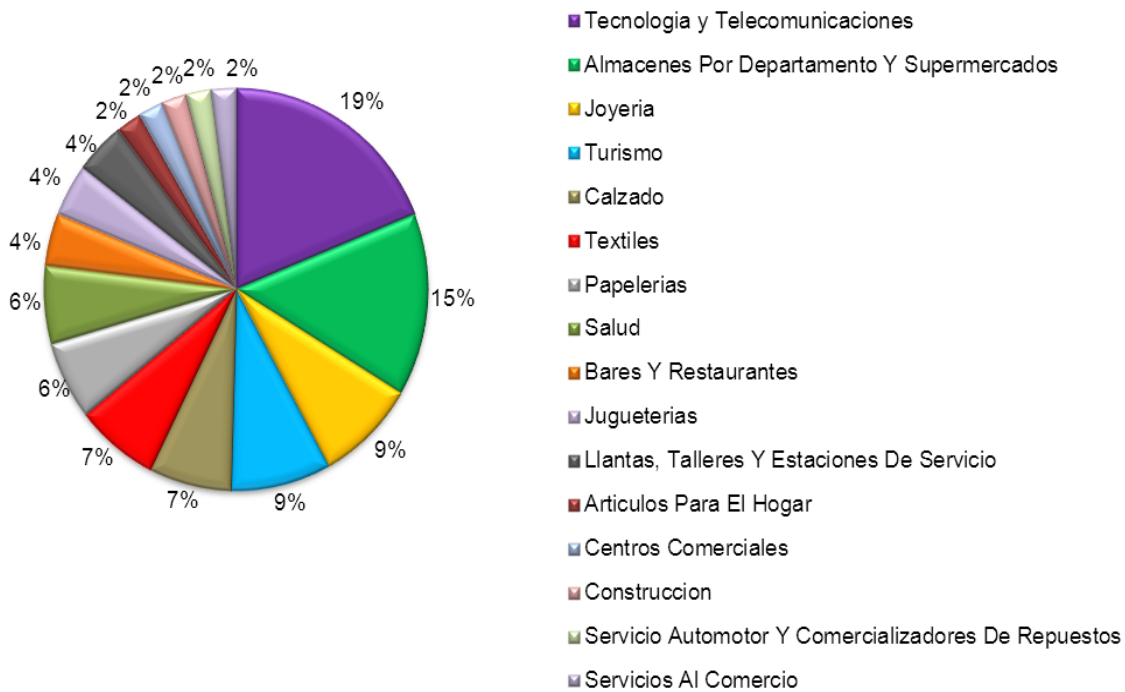
Por lo anterior y en el marco del Black Friday y el Cyber Lunes, FENALCO Bogotá – Cundinamarca, realizó un análisis sobre la apropiación y uso de páginas web y redes sociales en establecimientos de comercio de diferentes sectores, así como el comportamiento de los consumidores.

## Páginas Web y Comercio Electrónico



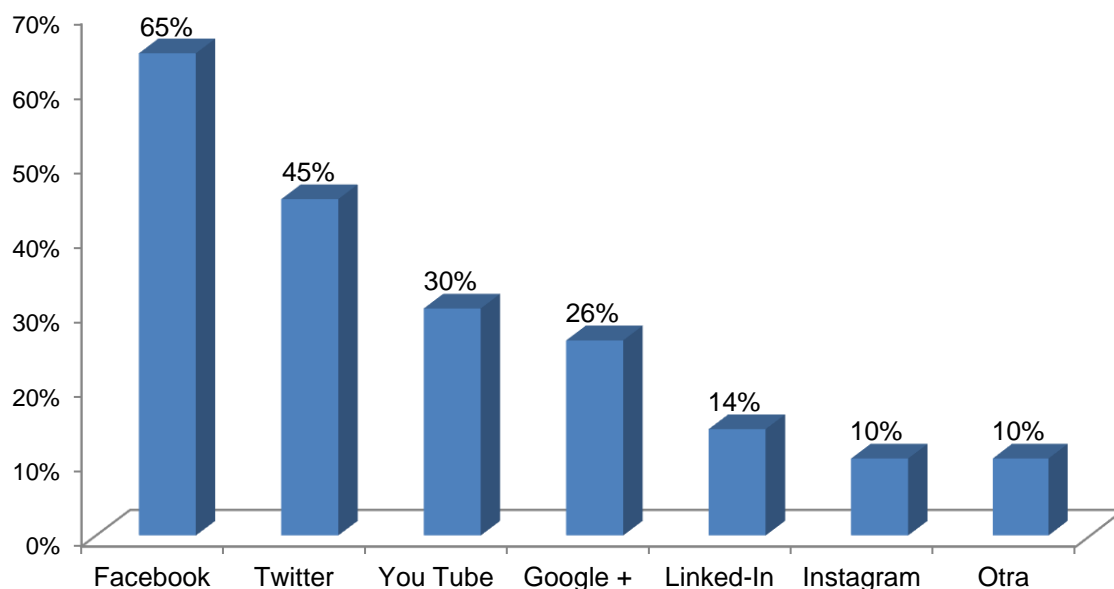
Según un análisis realizado a la tenencia de páginas web y redes sociales a comerciantes de la ciudad se puede observar que en promedio el **72%** posee una página web, de los cuales el **20%** brinda la posibilidad de realizar compras por medio de estas, brindando la oportunidad a los consumidores de comprar a cualquier hora del día desde su hogar, su oficina e incluso en medio del tránsito.

Los sectores que mayor ventaja sacan de la posibilidad de realizar sus ventas por medio de su página web son: Tecnología y telecomunicaciones (**19%**), almacenes por departamento y supermercado (**15%**), joyerías (**9%**), turismo (**9%**), calzado y textil (**7% cada uno**).



## Presencia del Comercio en Redes Sociales

Las redes sociales son usadas por los comerciantes como canales de comunicación y fidelización constante ya que permite la interacción inmediata entre el empresario y sus clientes, así mismo por medio de estas se logra la atracción de nuevos clientes, dando a conocer los productos y servicios ofrecidos, así como promociones y actividades especiales, manteniendo de esta manera una vitrina abierta las 24 horas del día.



Los comerciantes analizados tienen presencia en al menos **2** redes sociales, el **65%** de los comerciantes en Facebook, el **45%** en twitter y el **30%** en youtube.

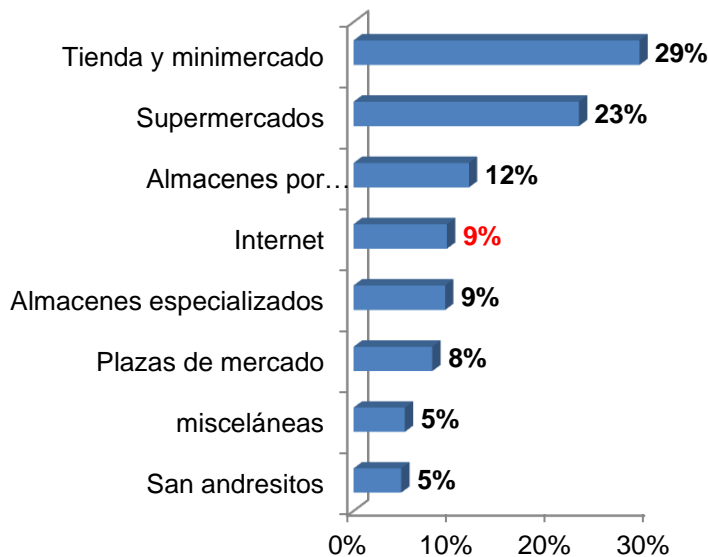
En promedio el sector de almacenes por departamento y supermercados tiene presencia en 4 redes sociales, al igual que el sector de educación especialmente las universidades, los sectores de centros comerciales, turismo, servicios al comercio y automotores tienen presencia en 3 redes sociales promedio.

<b>Cantidad promedio de presencia en redes sociales por sector</b>	
<b>Sector</b>	<b>Promedio</b>
Almacenes Por Departamento Y Supermercados	4
Educación	4
Centros Comerciales	3
Turismo	3
Servicios Al Comercio	3
Automotores	3
Tecnología y Telecomunicaciones	2
Joyerías	2
Bares Y Restaurantes	2
Papelerías	2
Productos Químicos En General	2
Calzado	2
Construcción	2
Servicio Automotor Y Comercializadores De Repuestos	2
Juguetería	2
Textiles Y Confecciones	2
Salud	2
Llantas, Talleres Y Estaciones De Servicio	1
Comercio Exterior	1
Abarrotes Y Licores	1
Artículos Para El Hogar	1
Bicicletas	1
<b>Promedio General</b>	<b>2</b>

## Consumidor

Según el estudio de preferencias de consumo, realizado por FENALCO Bogotá, las diferentes páginas de internet y redes sociales son el segundo lugar más visitado por las personas trabajadoras mayores de 18 años, especialmente por los hombres quienes en promedio el 44% frecuentan internet frente a un 37% de las mujeres.

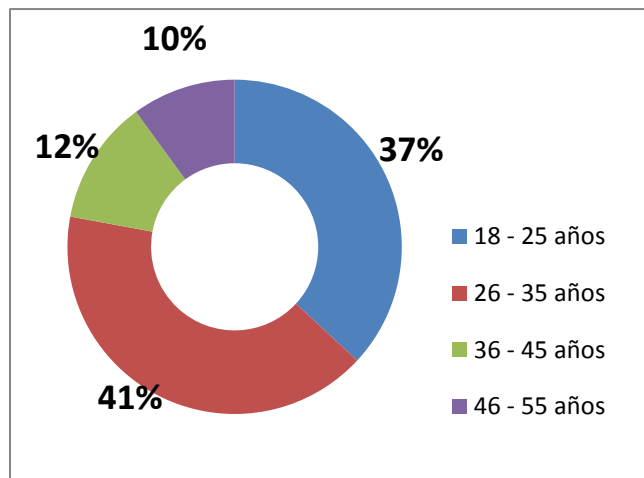
<b>Frecuencia de visita</b>	<b>Internet</b>	
	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>
Diario	37%	44%
Semanal	10%	11%
Quincenal	2%	2%
Mensual	15%	22%
Trimestral	5%	11%
Semestral	12%	6%
anual	19%	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Gracias a lo anterior y a las diferentes ventajas y comodidades que trae realizar compras por internet hace que estas se sitúen dentro de los lugares más frecuentes en los cuales las personas realizan sus compras, ganando espacio de ventas a los san andresitos, misceláneas, plazas de mercado y almacenes especializados, según el estudio el **12%** de las compras que realizan los hombres lo hacen por este

medio frente al **7%** de las compras realizadas por las mujeres.

Las personas que más realizan compras en internet se encuentran entre los 26 y 35 años (41%), seguido por los de 18 a 25 años (37%), y posteriormente los mayores a 36 años (22%), esto evidencia la apropiación y confianza de las personas de la ciudad para realizar sus compras por medios digitales.



Dentro de los productos más comprados en sitios ON – LINE, son de tecnología y telecomunicaciones, turismo y servicios, calzado y vestuario, juguetes, productos y tratamientos de belleza, así como platos especiales en bares y restaurantes de la ciudad.

<b>FICHA TECNICA</b>	
<b>Nombre estudio</b>	El uso de los medios digitales en el comercio
<b>Elaborado por</b>	Área de Investigaciones Económicas FENALCO Bogotá - Cundinamarca.
<b>Fecha de realización</b>	Del 10 al 21 de Noviembre de 2014
<b>Fuente de financiación</b>	FENALCO Bogotá - Cundinamarca
<b>Marco muestral</b>	Comerciantes de la ciudad de Bogotá
<b>Tamaño de la muestra</b>	328 Comerciantes
<b>Técnica de recolección de información</b>	Análisis virtual Páginas web y redes sociales
<b>Cobertura geográfica</b>	Bogotá.
<b>Tipo de investigación</b>	Muestreo probabilístico, estratificado por sector económico.
<b>Tipo de encuesta</b>	Cuantitativa.
<b>Margen de error y confiabilidad</b>	Margen de error (e): 6% Confiabilidad (z): 94%
<b>Periodicidad</b>	Anual
<b>Fecha entrega informe</b>	25 de Noviembre de 2014
<b>Objetivo del estudio</b>	Análisis sobre la apropiación y uso de páginas web y redes sociales en establecimientos de comercio de diferentes sectores