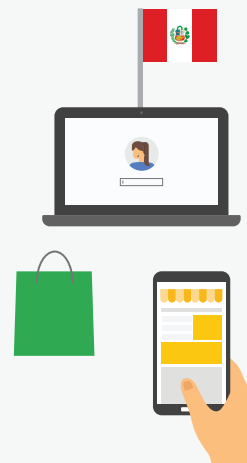
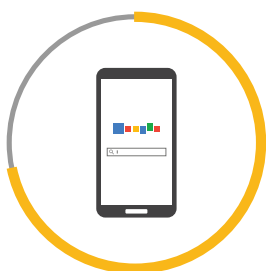


El Consumidor Conectado

Internet, los dispositivos móviles y el video online cambiaron definitivamente la forma en que los consumidores deciden sus compras. Un estudio de Ipsos, en conjunto con Google y la Universidad del Pacífico, revela cómo el consumidor peruano está tomando mejores decisiones de compra gracias a estos nuevos hábitos digitales y cómo las marcas tienen la oportunidad de estar presentes y ser útiles en los momentos que importan.



El consumidor peruano cada vez toma mejores decisiones de compra



+ Conectado

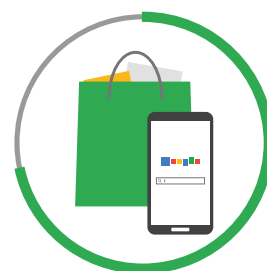
66% de los peruanos es usuario de **Internet**¹

73% de los peruanos usa un **smartphone**¹



+ Entretenido

73% de los internautas peruanos ve video online al menos una vez a la semana¹



+ Informado para comprar

73% de los internautas peruanos hace alguna actividad online antes de realizar su compra²

Fuentes:

1- Google/Ipsos, Estudio "Connected Consumer Study", n=1074, Perú, noviembre / diciembre, 2016.
2- Google/Ipsos, Estudio "Consumer Barometer", n=1803, Perú, enero / febrero, 2017.