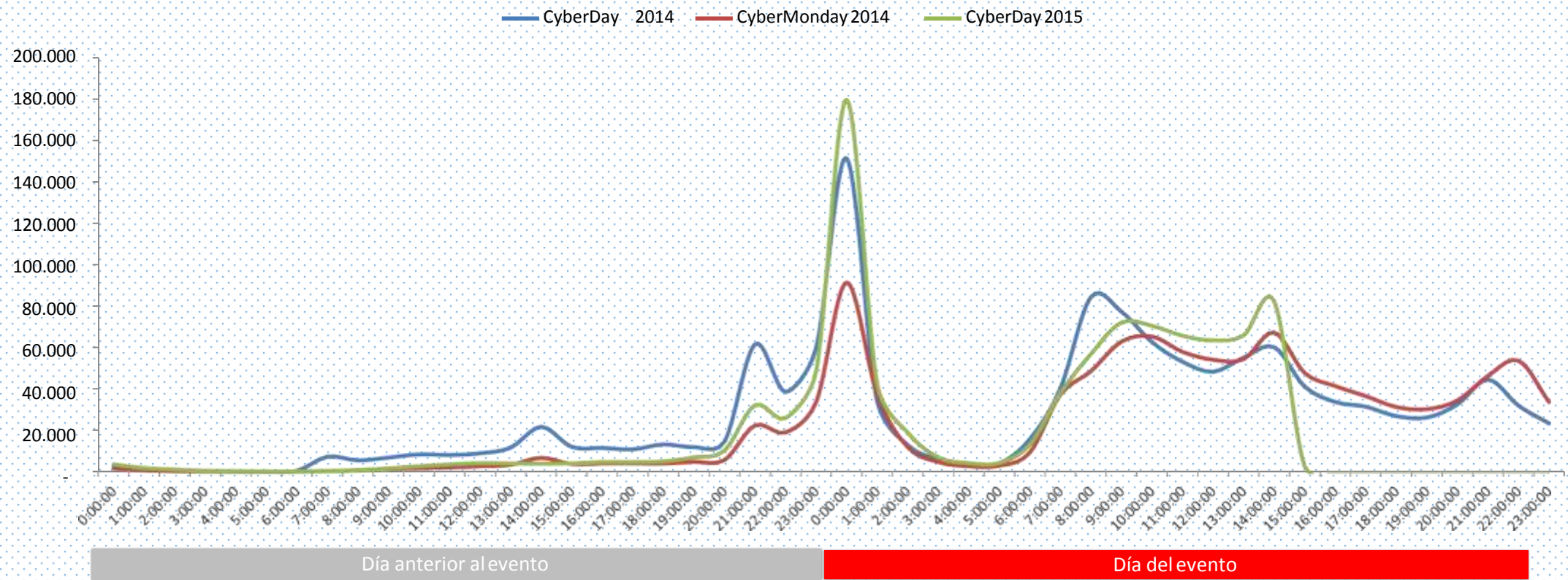




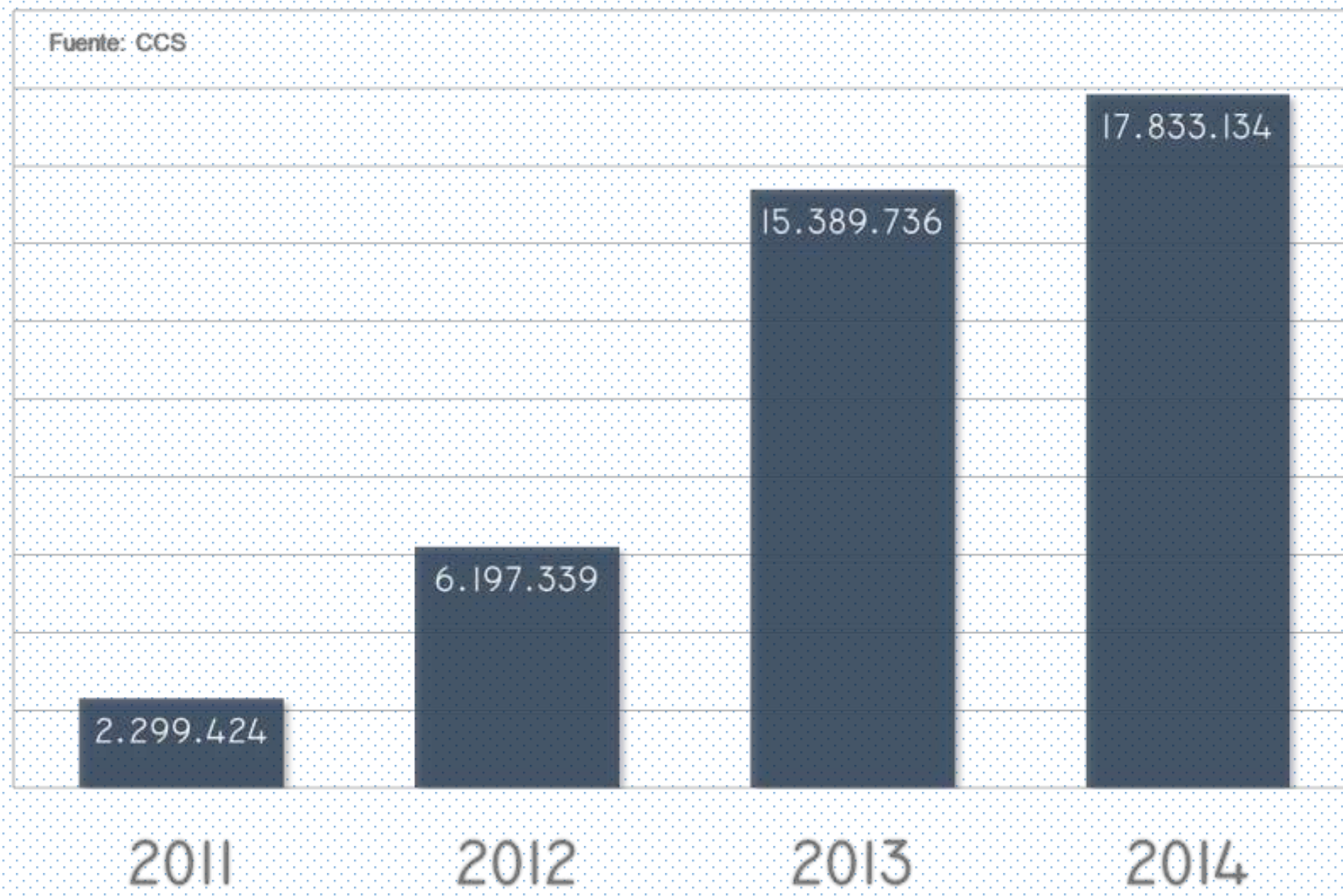
CyberDaychile

UNA INICIATIVA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

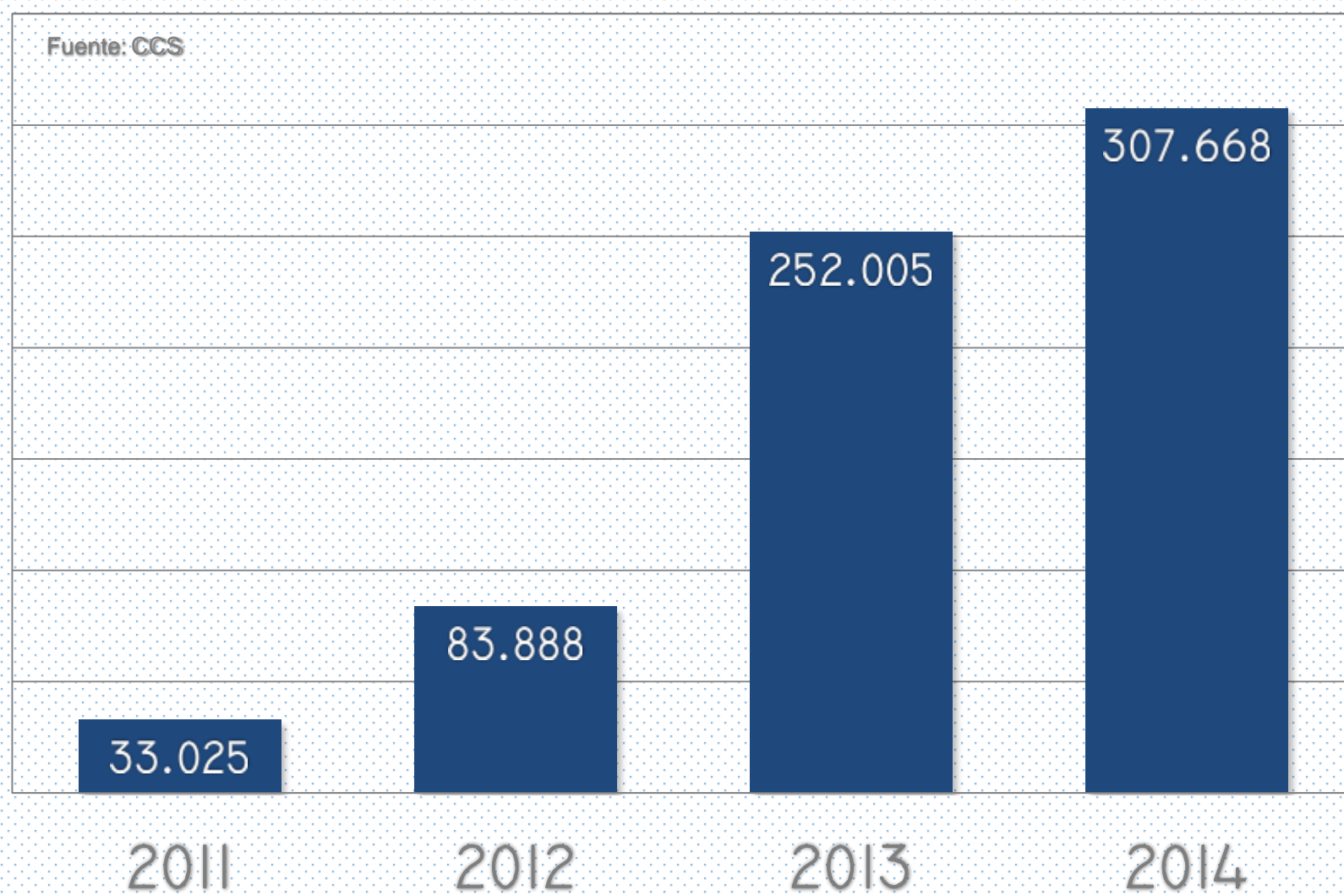
visitas hora a hora



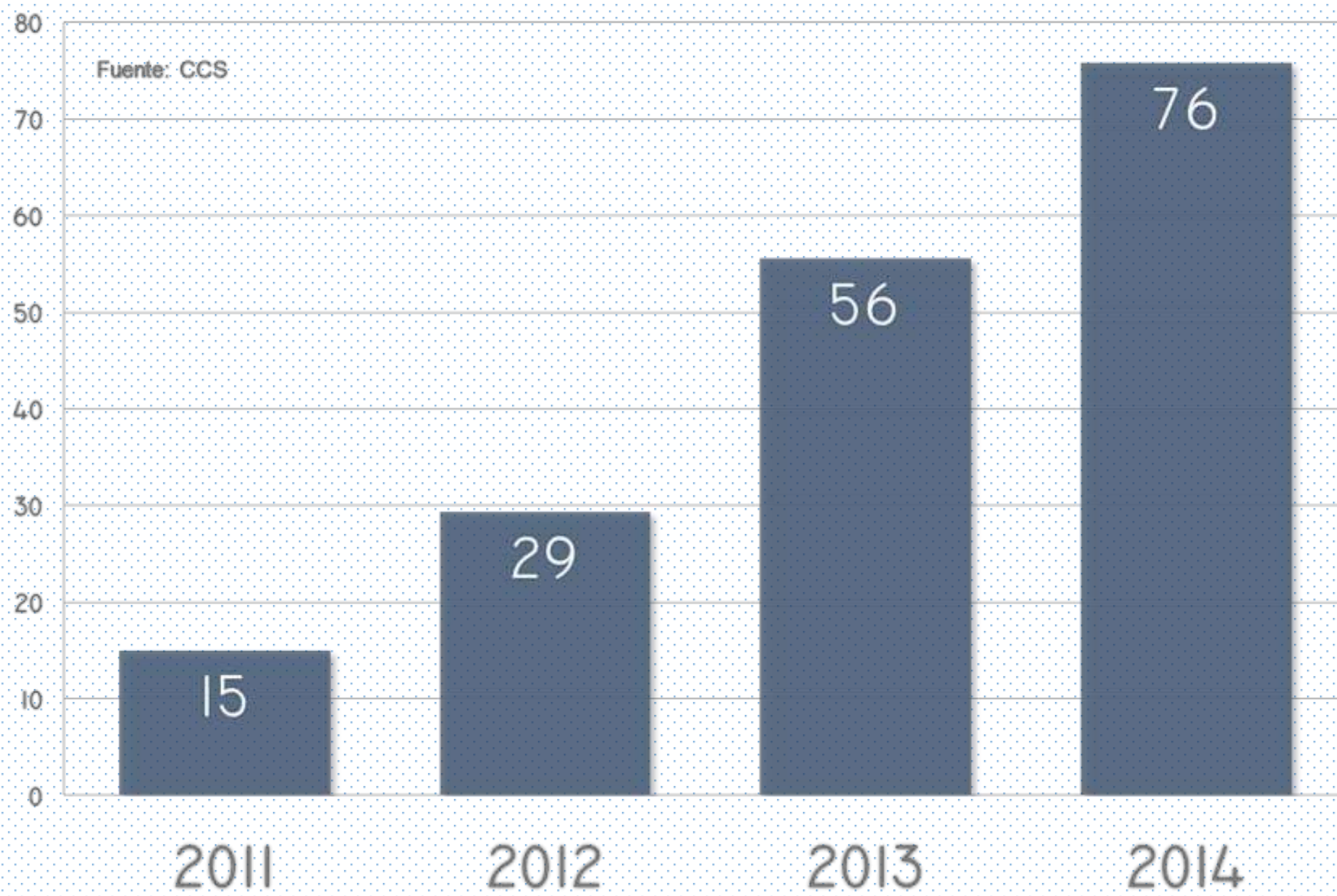
NÚMERO DE VISITAS A SITIOS CYBER MONDAY



NÚMERO DE TRANSACCIONES CYBER MONDAY



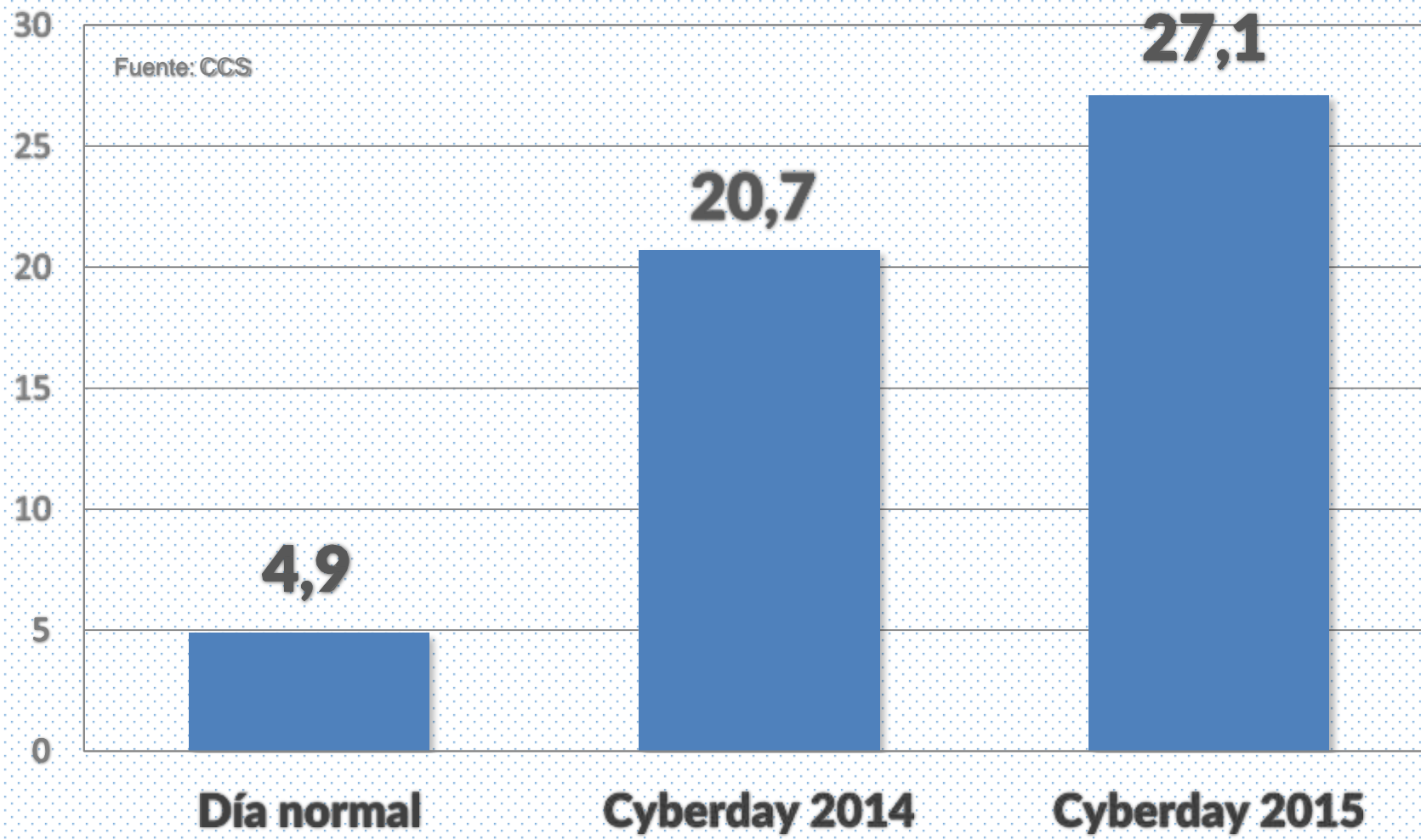
VENTAS CYBER MONDAY (MMUS\$)



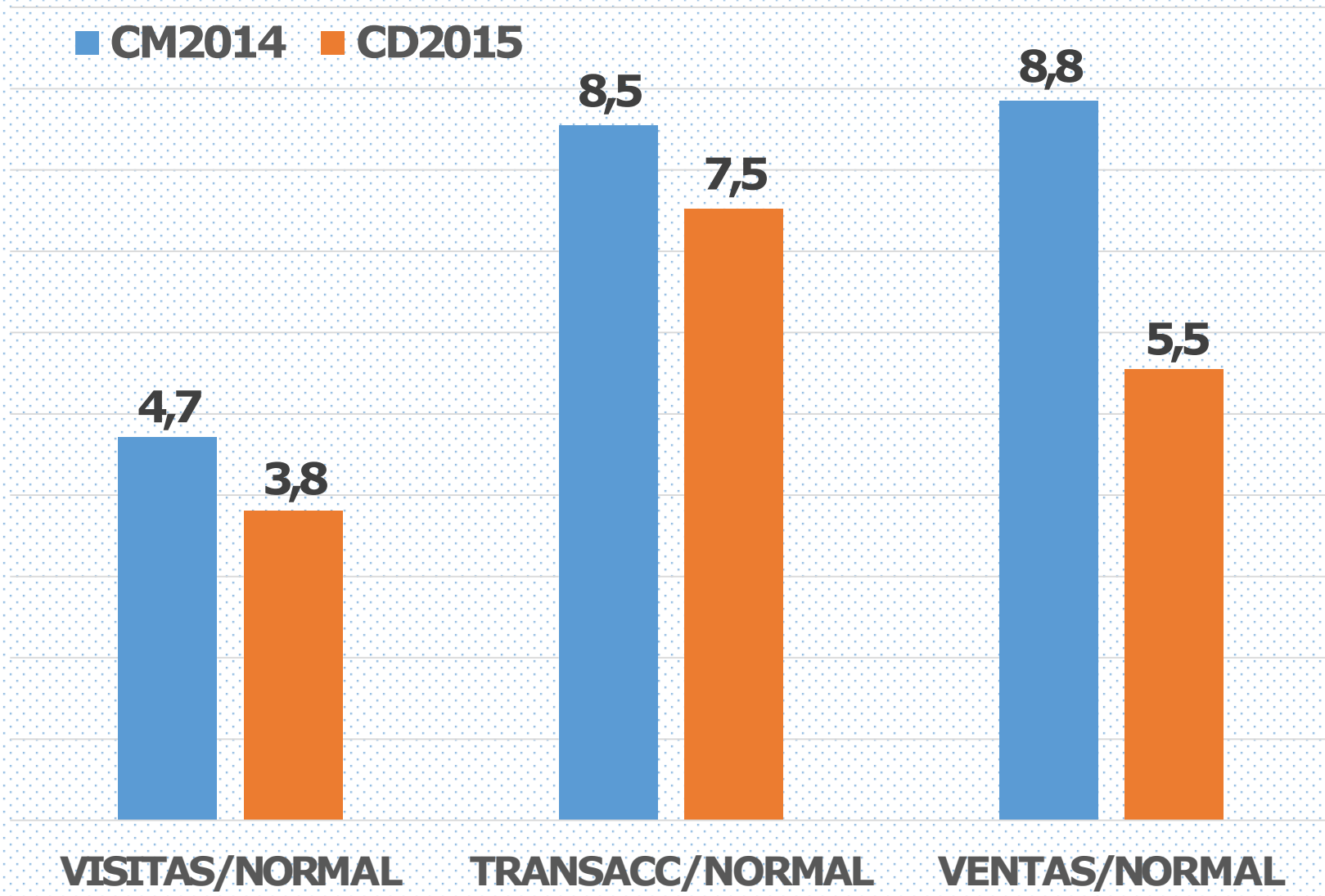
	MENOS DE			
	TOTAL	U\$ 10 MIL	10 - 100 MIL	MÁS DE 100 MIL
VENTAS MMUS\$	40,2	1,7	2,3	32,0
VENTAS NORMAL	4,6	0,1	0,3	3,5
VISITAS/NORMAL	5	17	6	5
TRANSACC/NORMAL	9	21	8	6
VENTAS/NORMAL	9	30	8	9
TASA CONVERSIÓN	1,4%	0,8%	1,7%	1,7%
TC NORMAL	0,8%	0,7%	1,3%	1,2%
Nuevos clientes acumulados CM2014	11.676	19.058	2.590	4.955

Ventas Cyber Day

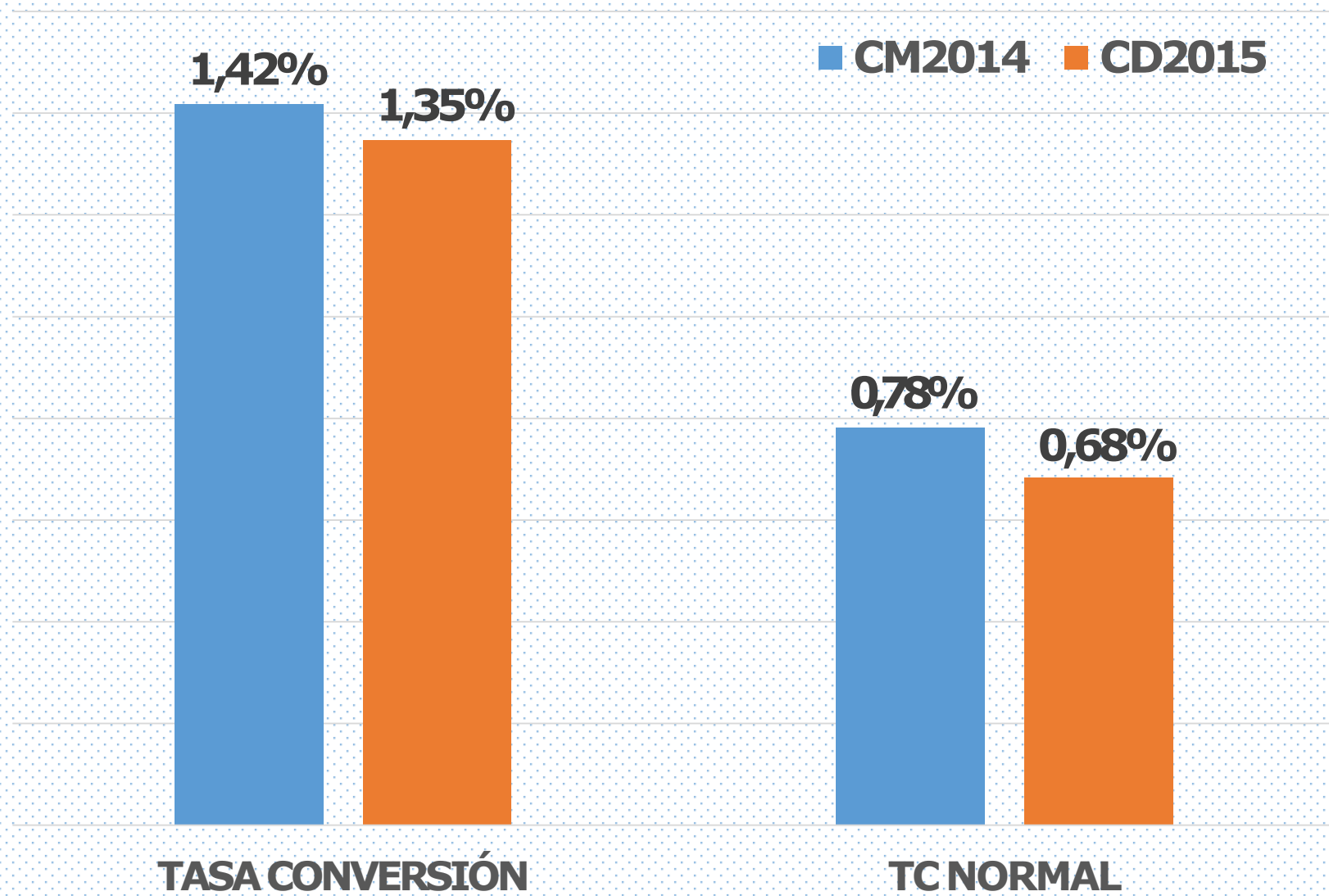
(Lunes, Millones de US\$)



Indicadores Cyber Monday 2014 / Cyber Day 2015

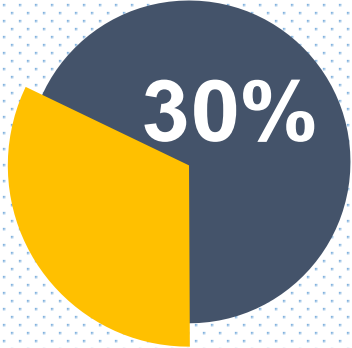


Indicadores Cyber Monday 2014 / Cyber Day 2015

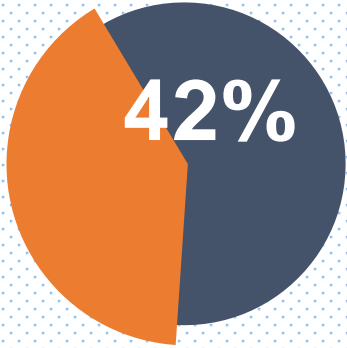


	TOTAL	MENOS DE		MÁS DE 100
		U\$ 10 MIL	10 - 100 MIL	MIL
VENTAS MMUS\$	40,2	1,7	2,3	32,0
VENTAS NORMAL	4,6	0,1	0,3	3,5
VISITAS/NORMAL	5	17	6	5
TRANSACC/NORMAL	9	21	8	6
VENTAS/NORMAL	9	30	8	9
TASA CONVERSIÓN	1,4%	0,8%	1,7%	1,7%
TC NORMAL	0,8%	0,7%	1,3%	1,2%
Nuevos clientes acumulados CM2014	11.676	19.058	2.590	4.955

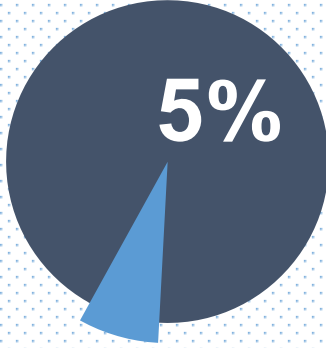
Participación Móvil



% Visitas CM2014

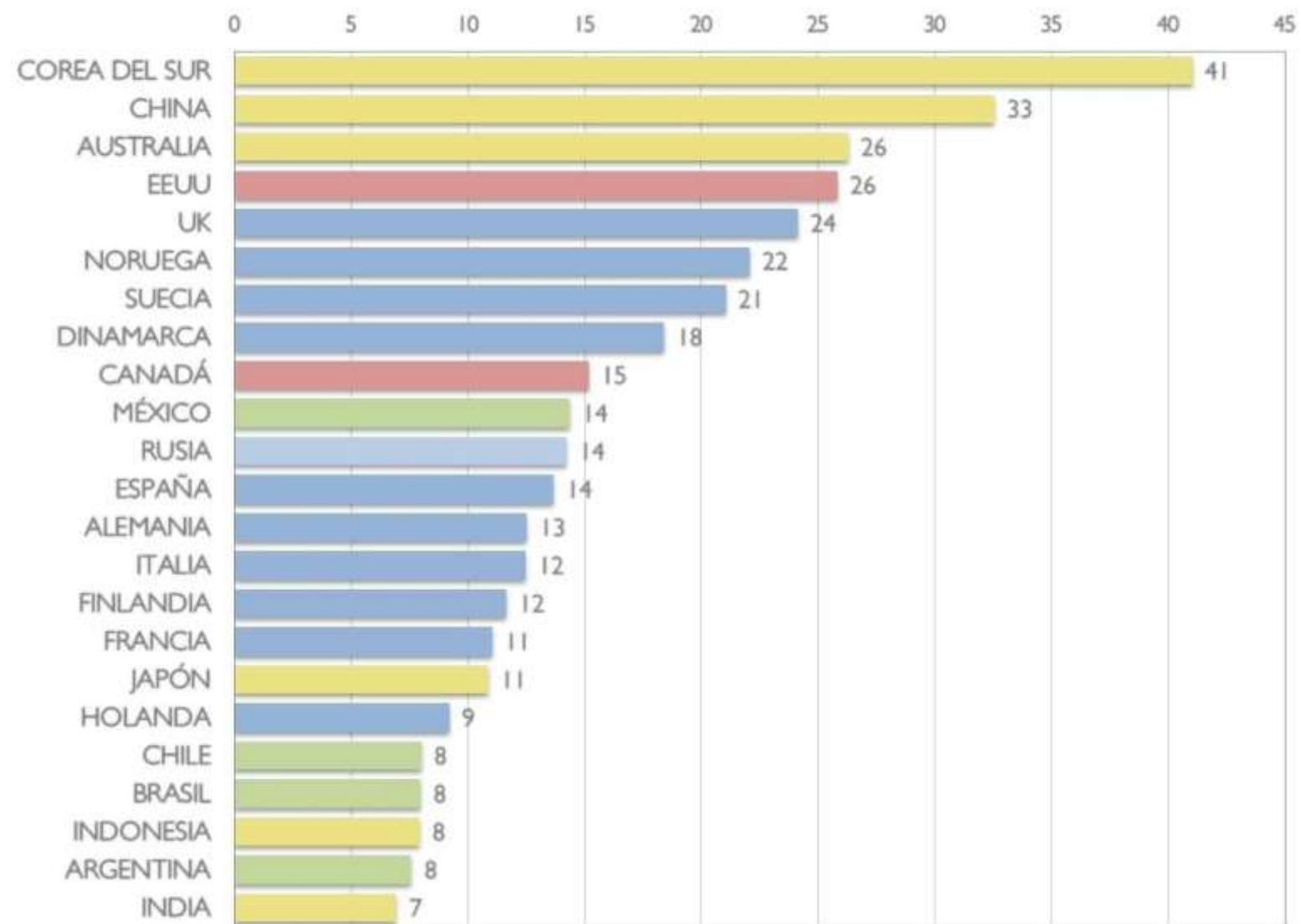


% Visitas CD2015

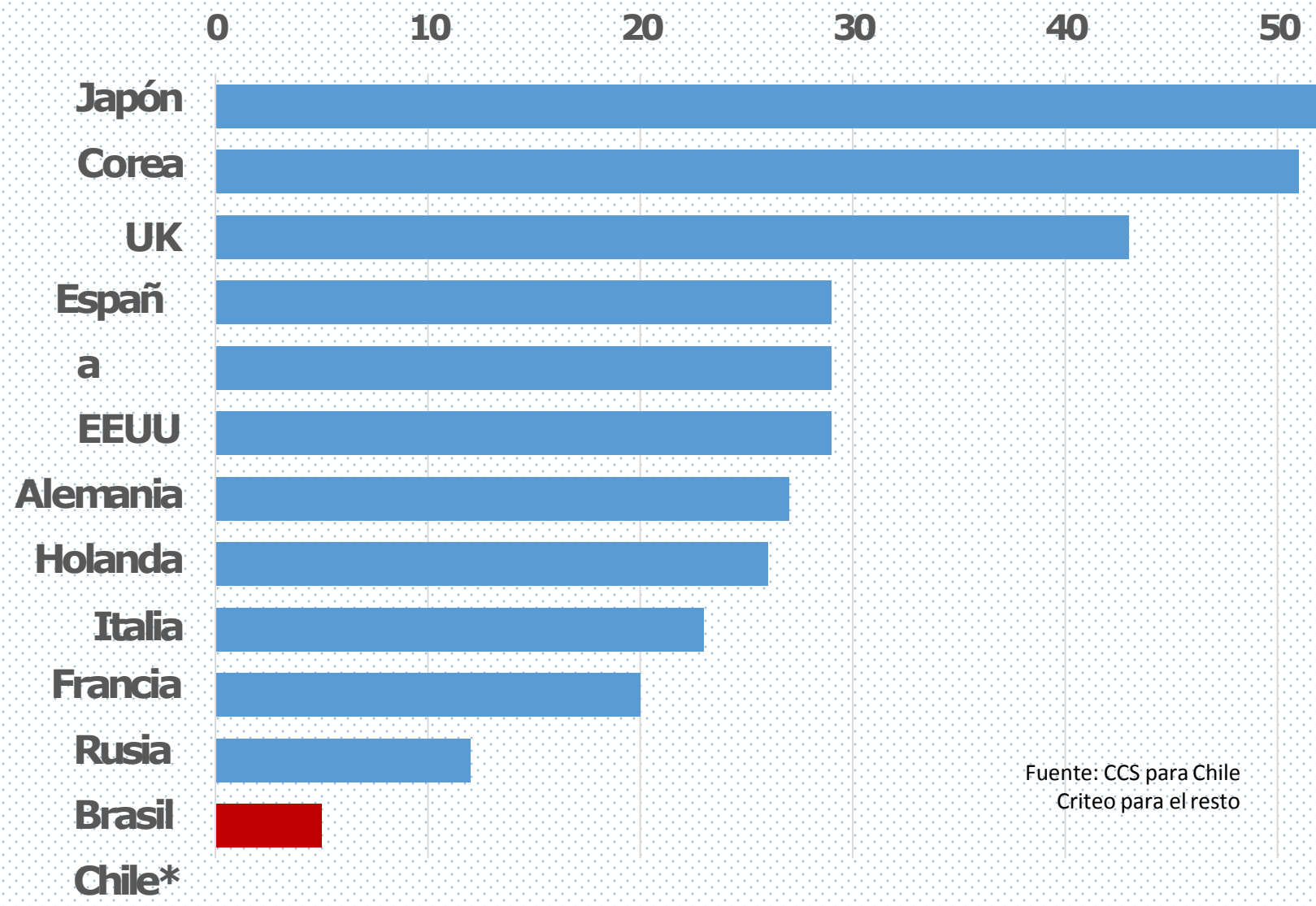


% Ventas CD2015

Porcentaje de compradores móviles (sobre población)

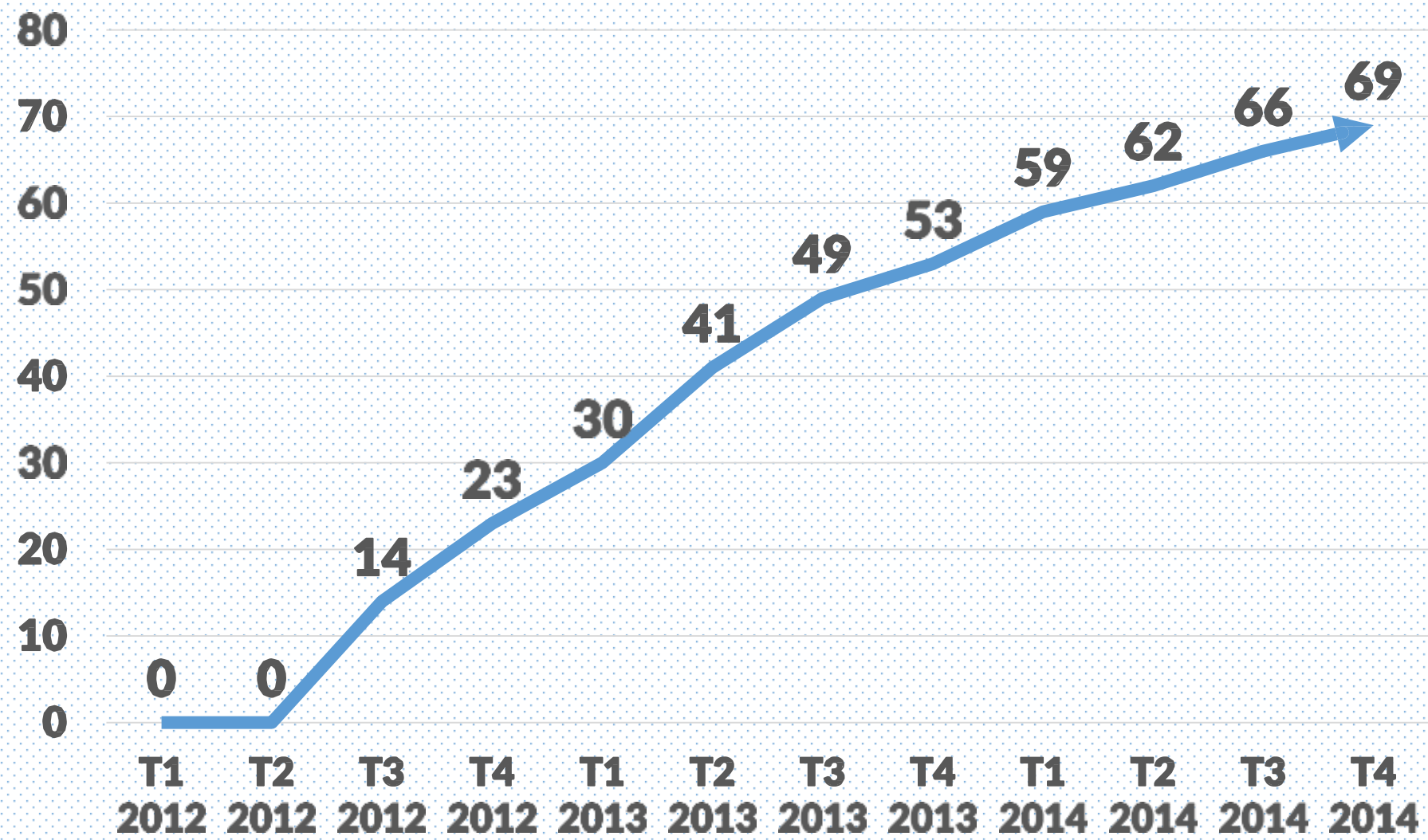


Participación de móvil en las ventas de e-commerce (T1 2015)

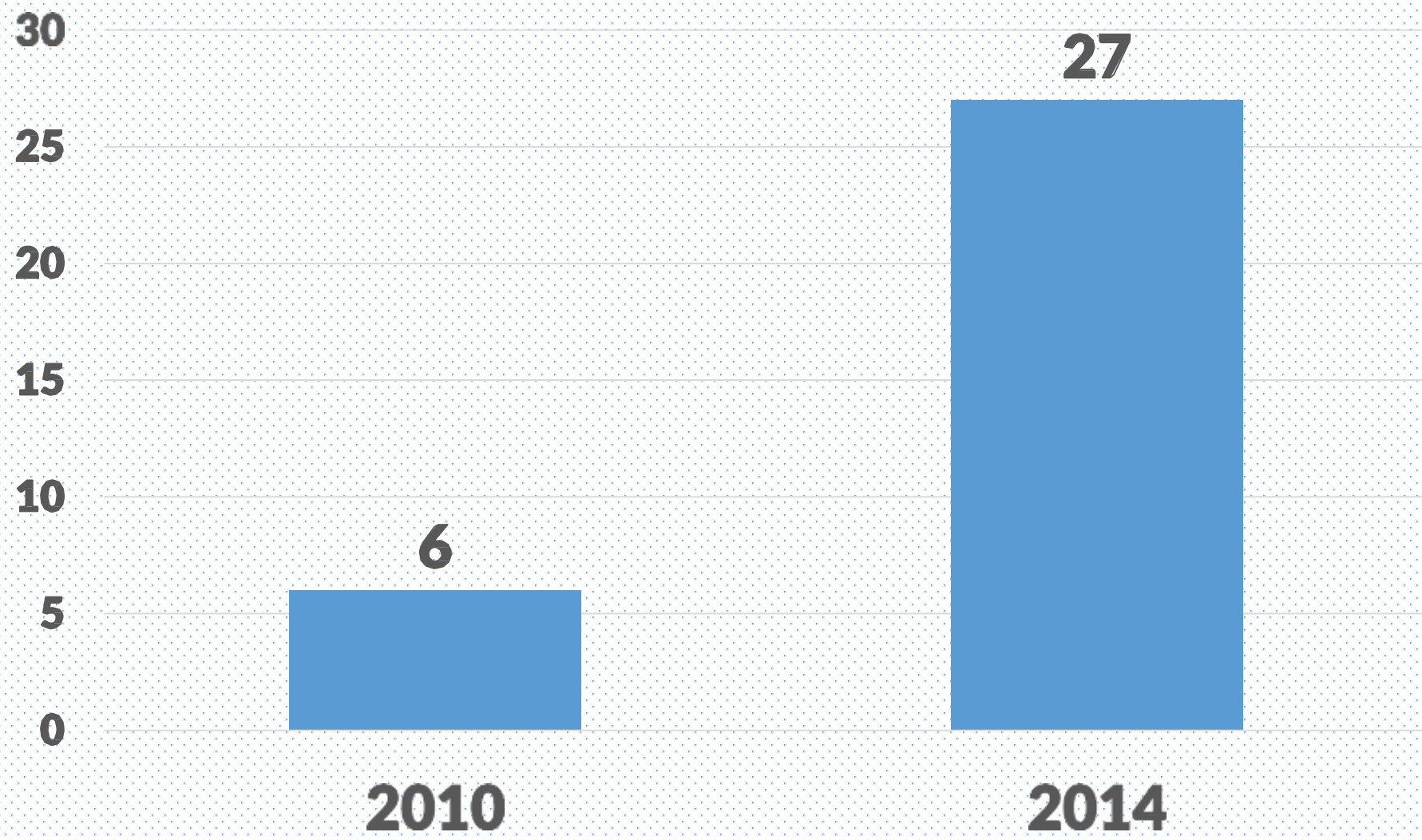


Fuente: CCS para Chile
Criteo para el resto

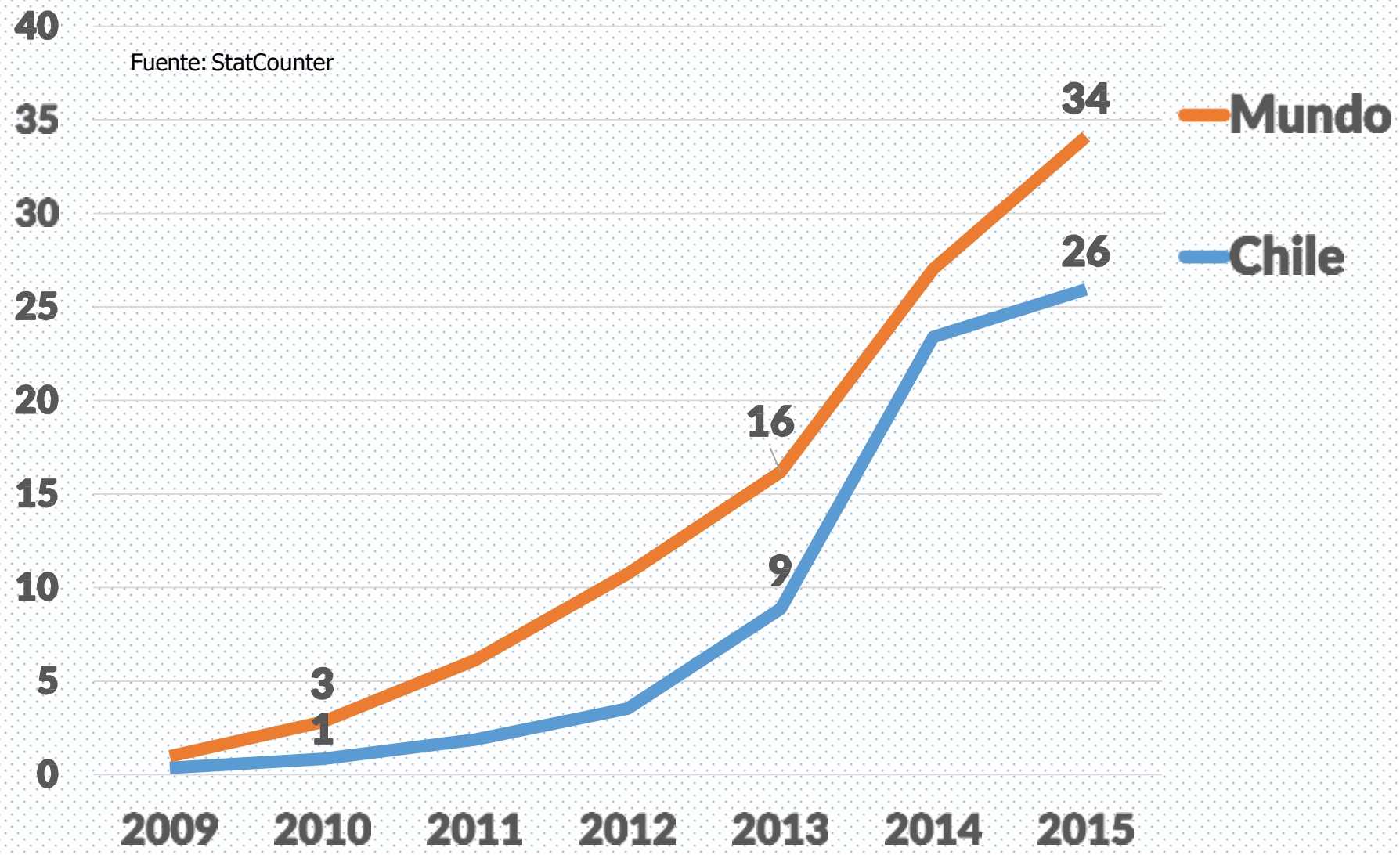
Porcentaje de ingresos de Facebook que provino de móviles



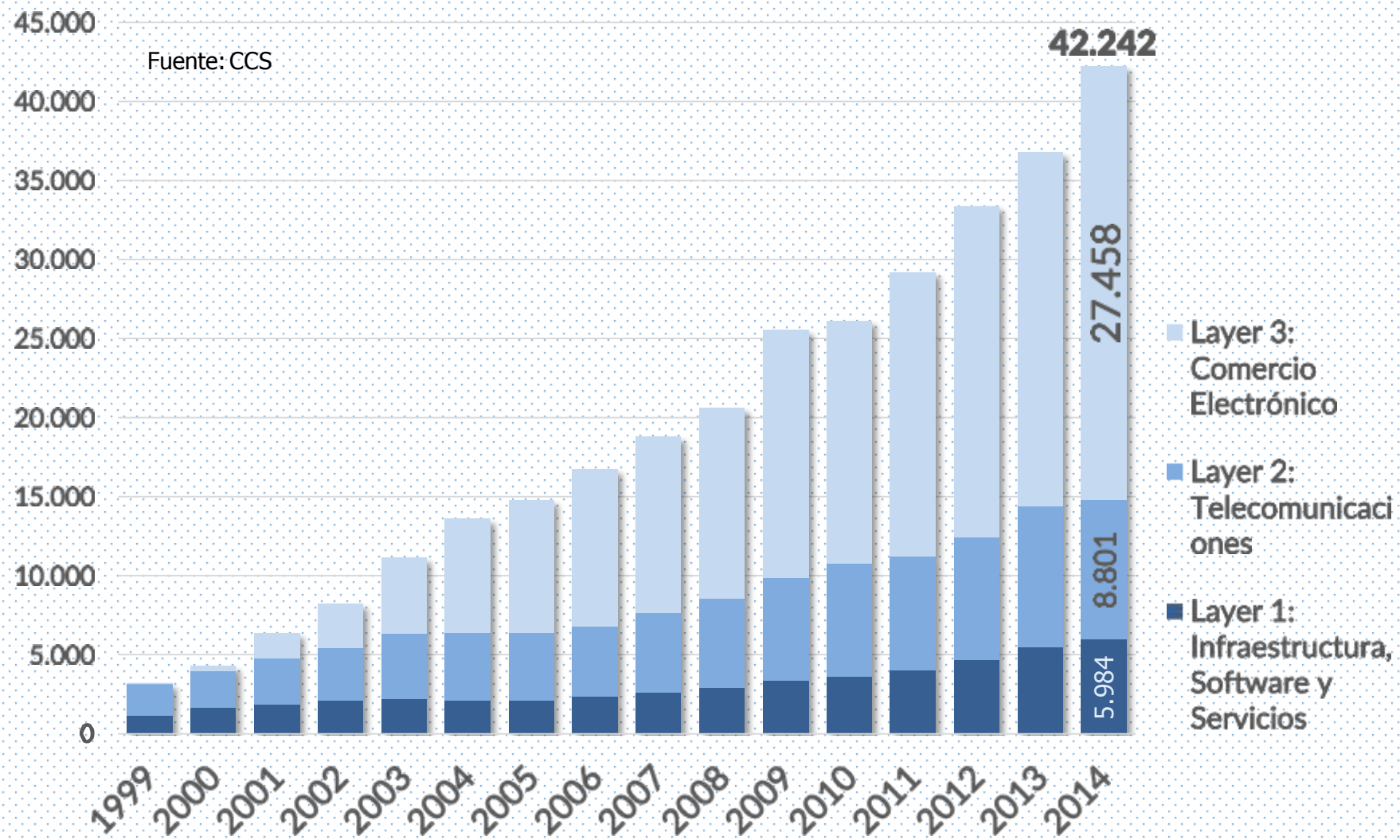
Porcentaje de ventas Black Friday que provino de móviles



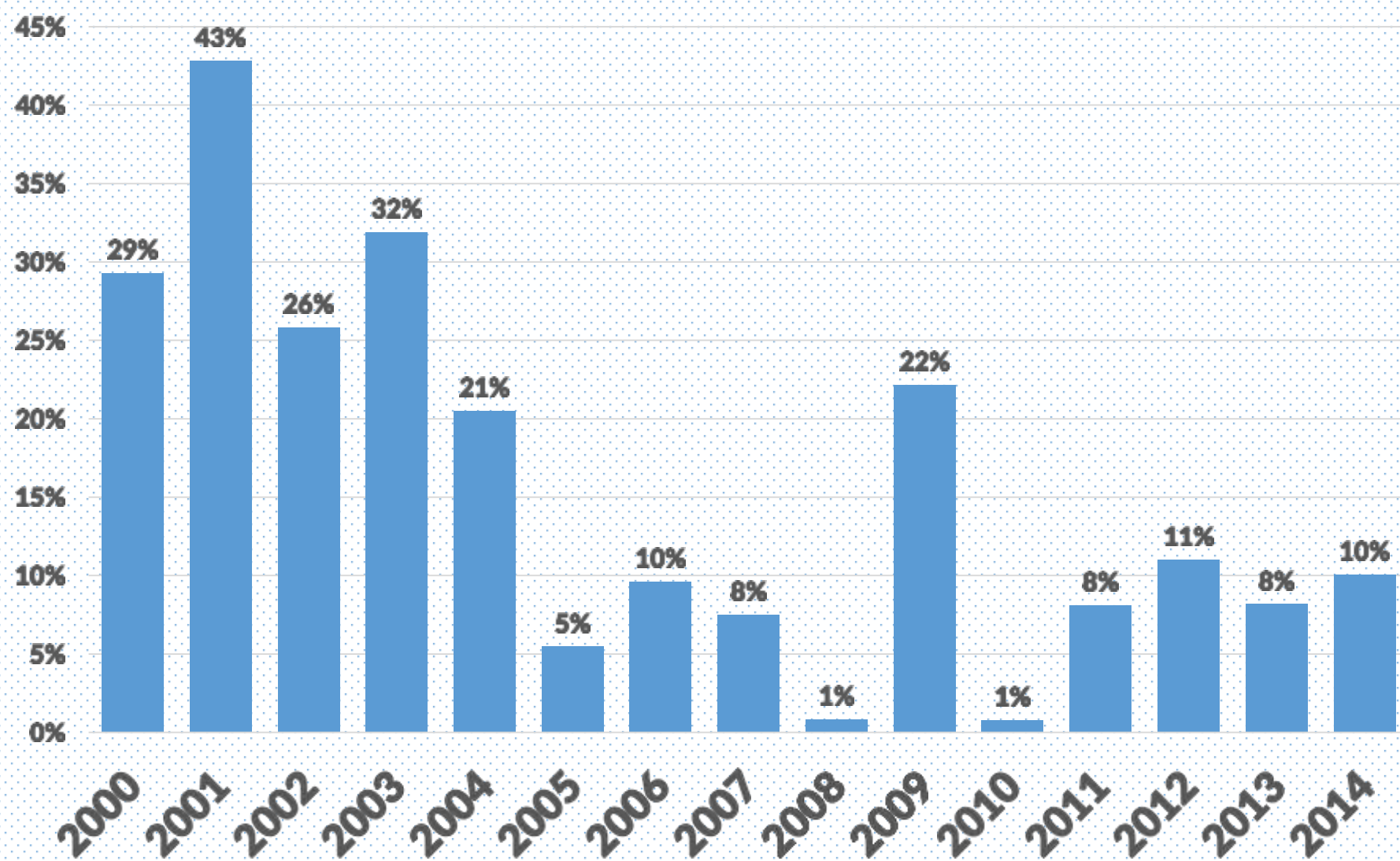
Participación de móvil en tráfico de Internet



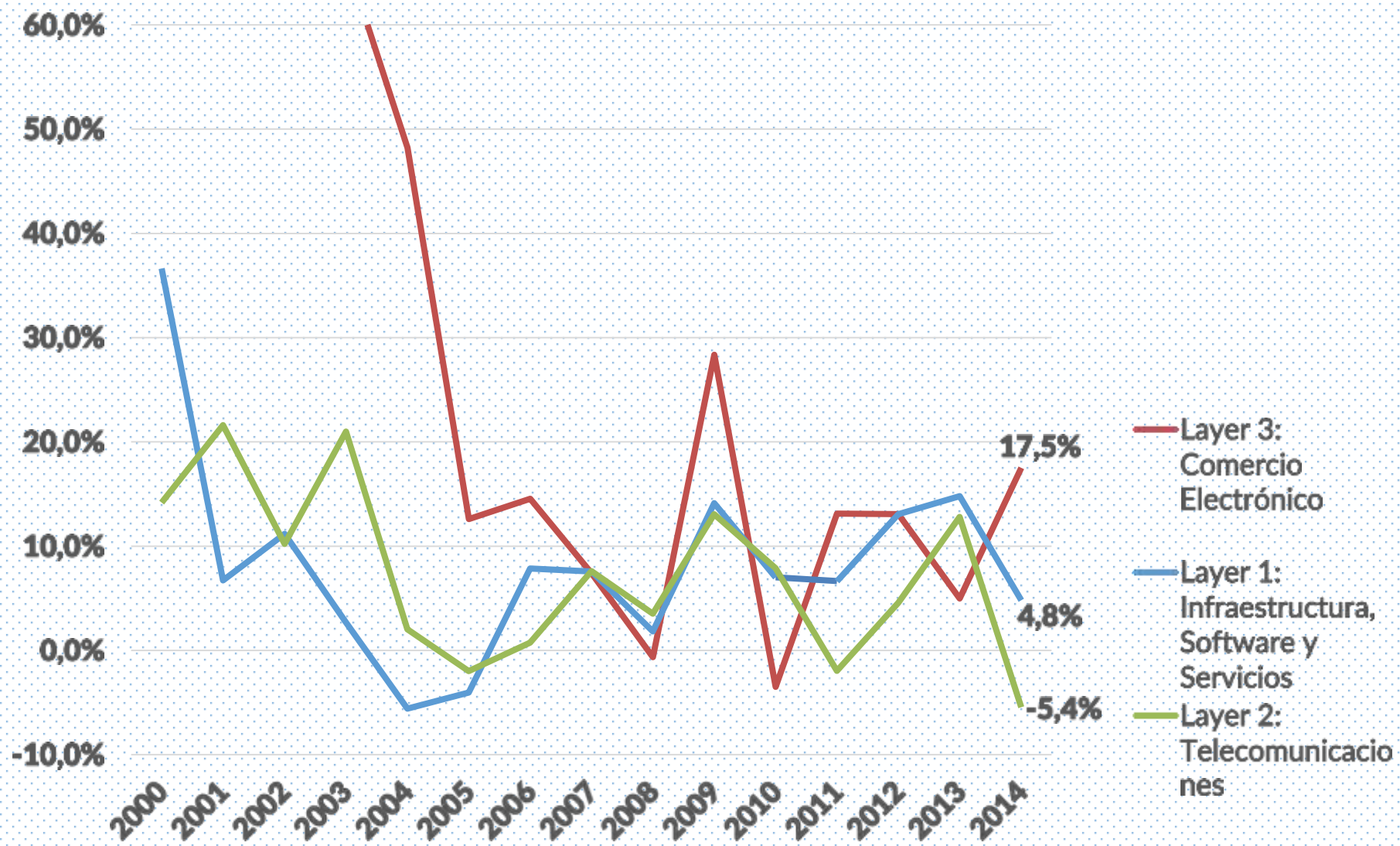
Evolución de la ECONOMÍA DIGITAL en Chile (MMUS\$ de 2014)



Chile: Crecimiento Economía Digital (% var real anual)

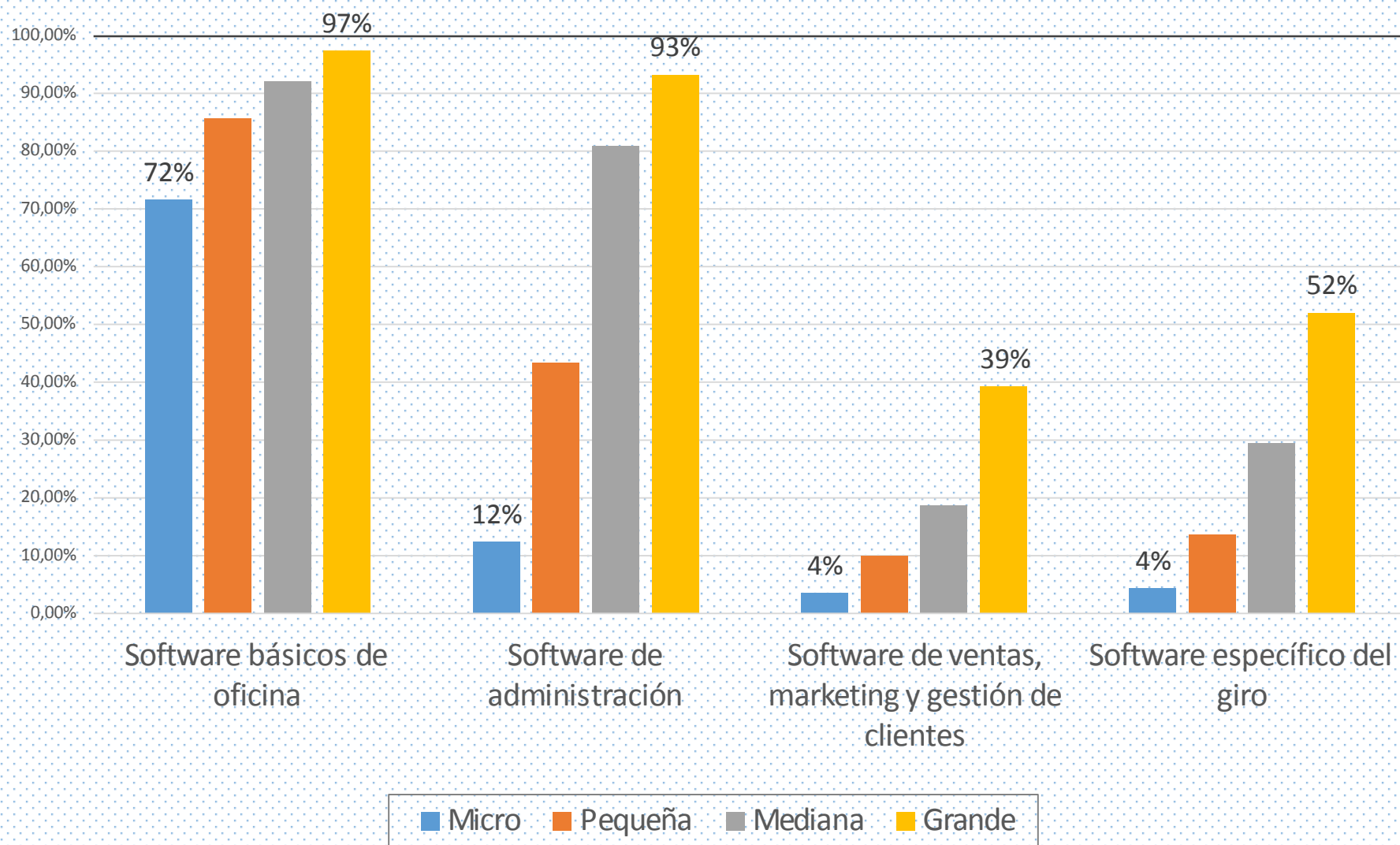


Crecimiento anual de los componentes de la Economía Digital (% sobre US\$ de 2014)



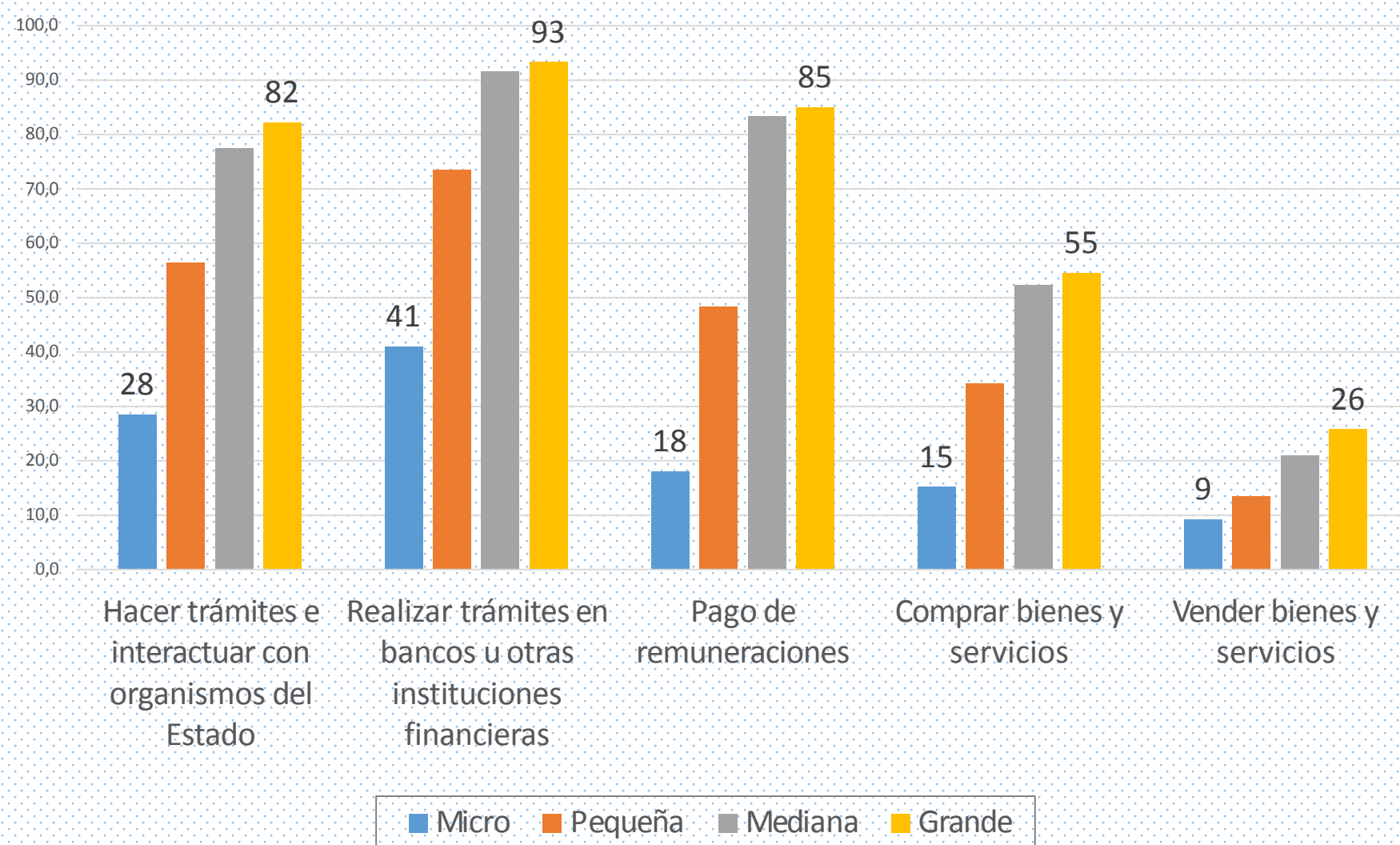
USO DE SOFTWARE EN LA EMPRESA

Fuente: Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas [ELE]

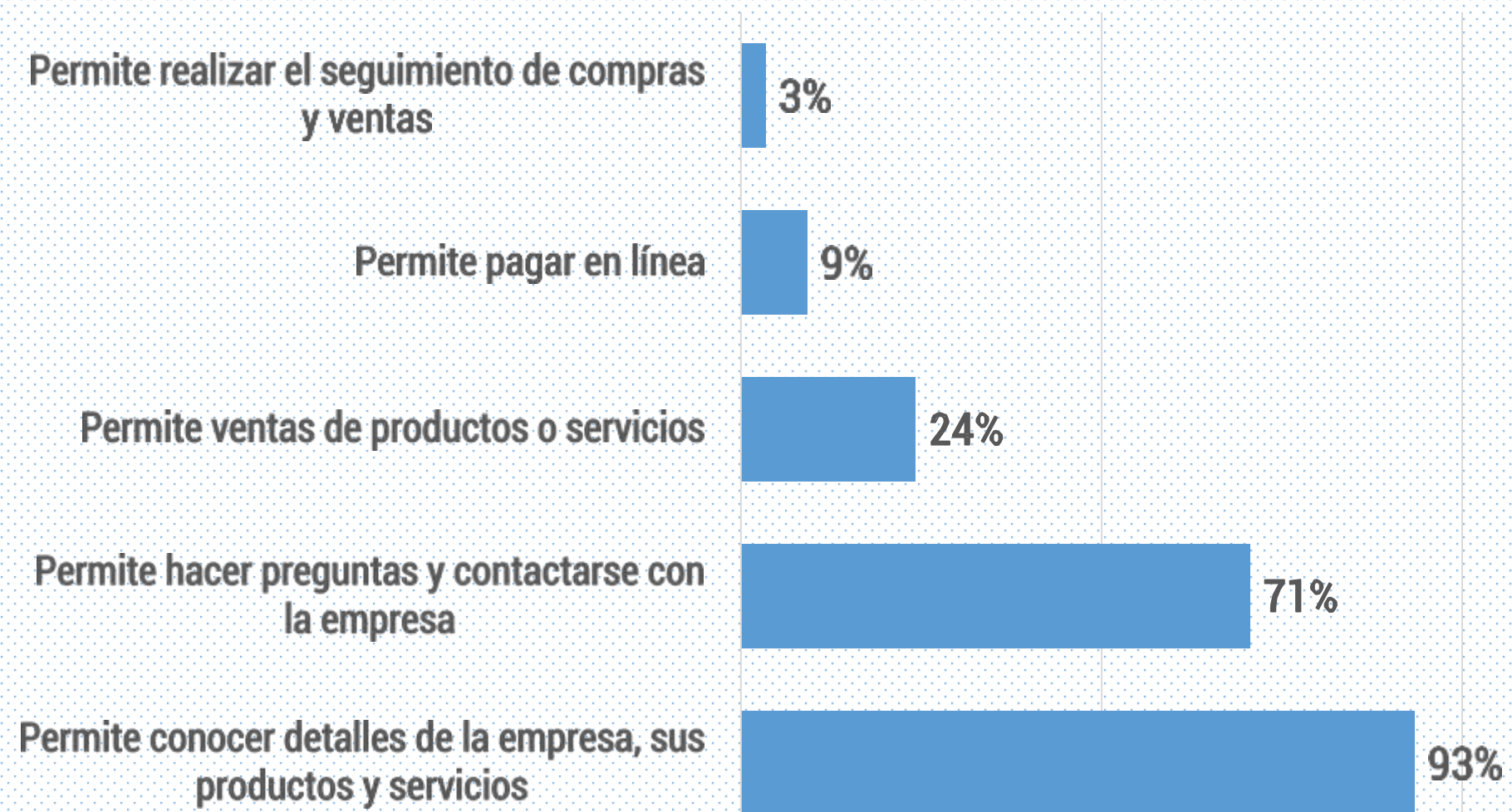


USOS TRANSACCIONALES DE INTERNET EN EMPRESAS

Fuente: Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas [ELE],
% calculado sobre total de empresas país (con o sin Internet)



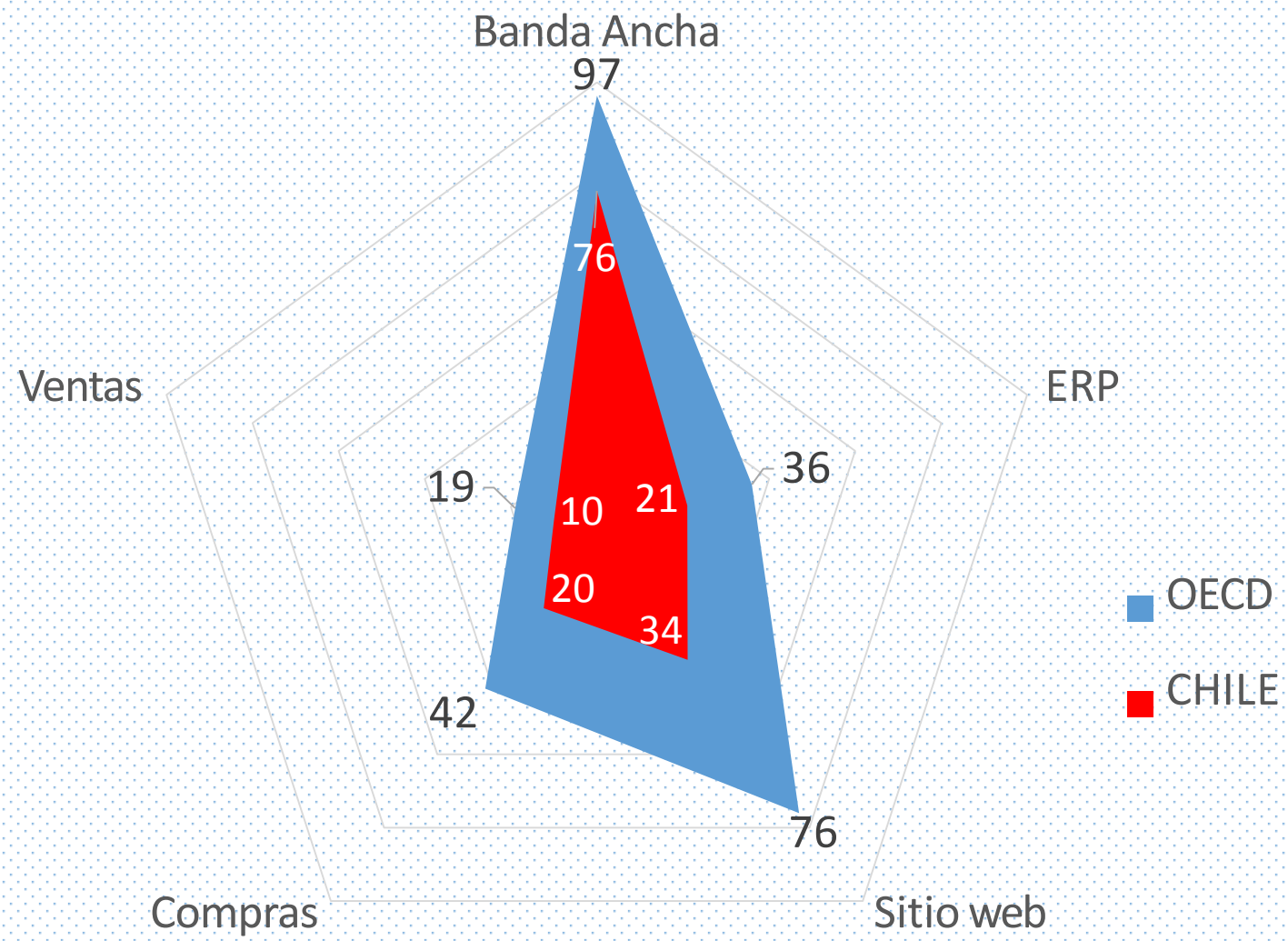
SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS EMPRESAS EN SUS SITIOS WEB



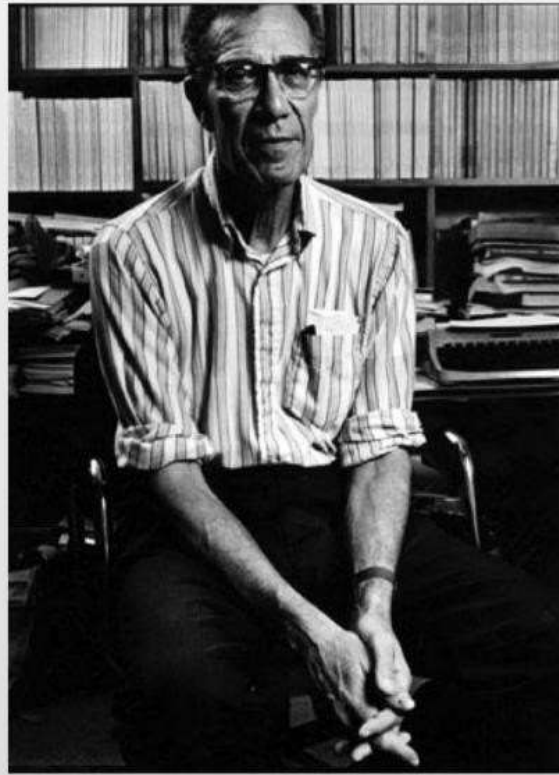
Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas [ELE]

USO DE TICs EN LA EMPRESA PROMEDIO OECD vs CHILE (2013-2014)

Fuentes: OECD y Encuesta ELE (Chile)



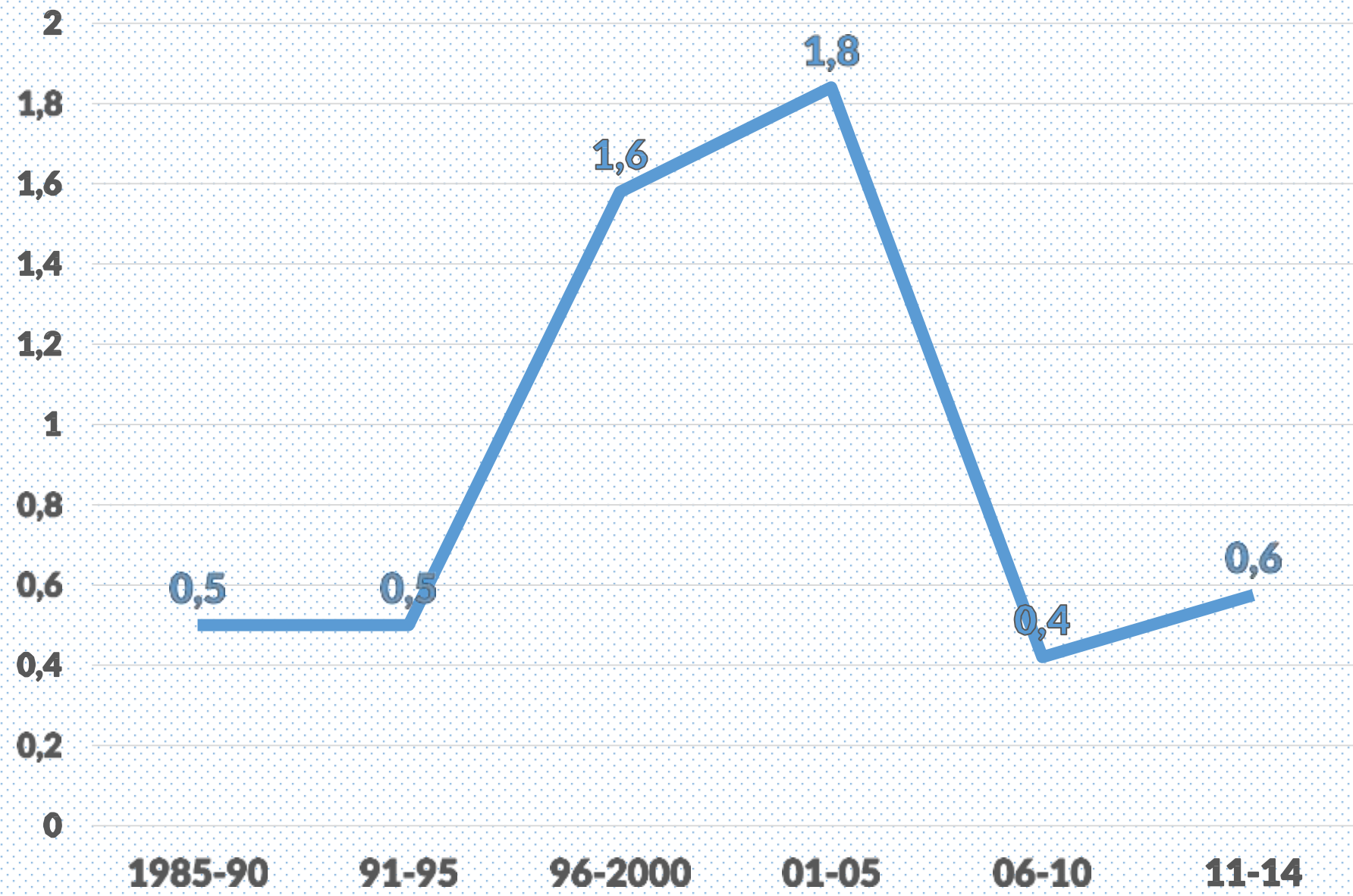
PARADOJA DE LA PRODUCTIVIDAD



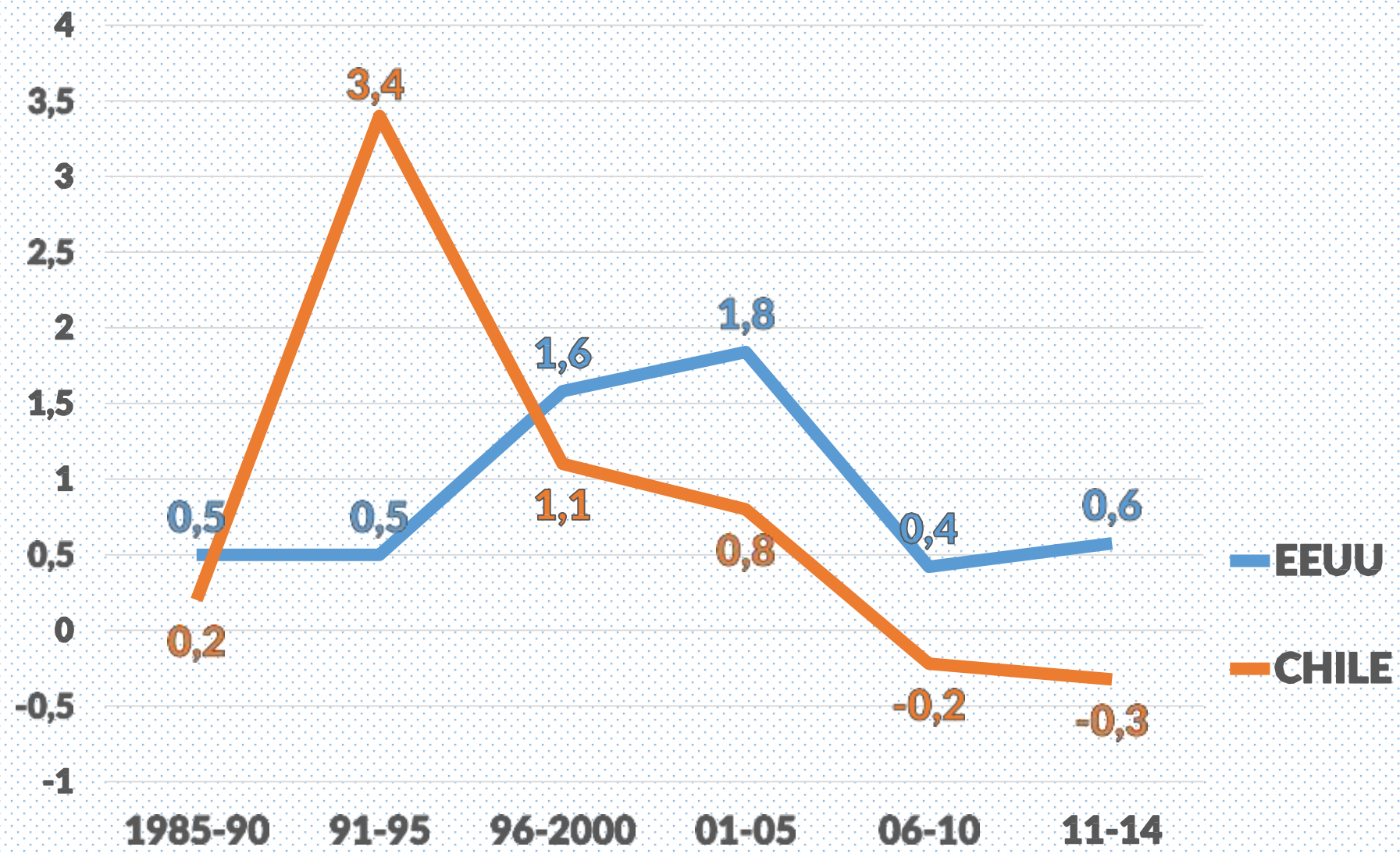
"se puede ver la era de la computación en todas partes, excepto en las estadísticas de productividad"

Robert Solow, 1987

Crecimiento Productividad EEUU



Crecimiento Productividad CHILE VS EEUU





1985

1997

2014

PARADOJA DE LA PRODUCTIVIDAD EN CHILE

2. ¿Qué es la reforma microeconómica?

La productividad no es todo, pero a largo plazo es casi todo (Krugman, 1992, p. 9).

- Tomar decisiones para mejorar los ingresos reales que eleven los niveles de vida y aumenten el consumo.
- Medidas que fomentan la eficiencia productiva empresarial.
- Elaborar productos que los consumidores desean.
- Reformas para generar canales de comercialización más eficaces (entre consumidores y productores).
- **Rol del Estado:** mejorar la eficiencia de la producción y distribución de bienes y servicios (Forsyth, 1991).

AYER!

Dr Alexis Sergio Esposto

BEd(LaTrobe) DipEd(LaTrobe)

MA(Melb) PhD(VU)

Senior Lecturer, Economics

Swinburne Business School

Department of Accounting, Economics
and Finance

John Street Hawthorn
Victoria 3122 Australia

Mail H23

PO Box 218 Hawthorn
Victoria 3122 Australia

Telephone +61 3 9214 4378

Mobile +61 437 241 726

Email aespосто@swin.edu.au

www.swinburne.edu.au

CRICOS Provider 00111D

SWIN
BUR
NE

SWINBURNE
UNIVERSITY OF
TECHNOLOGY



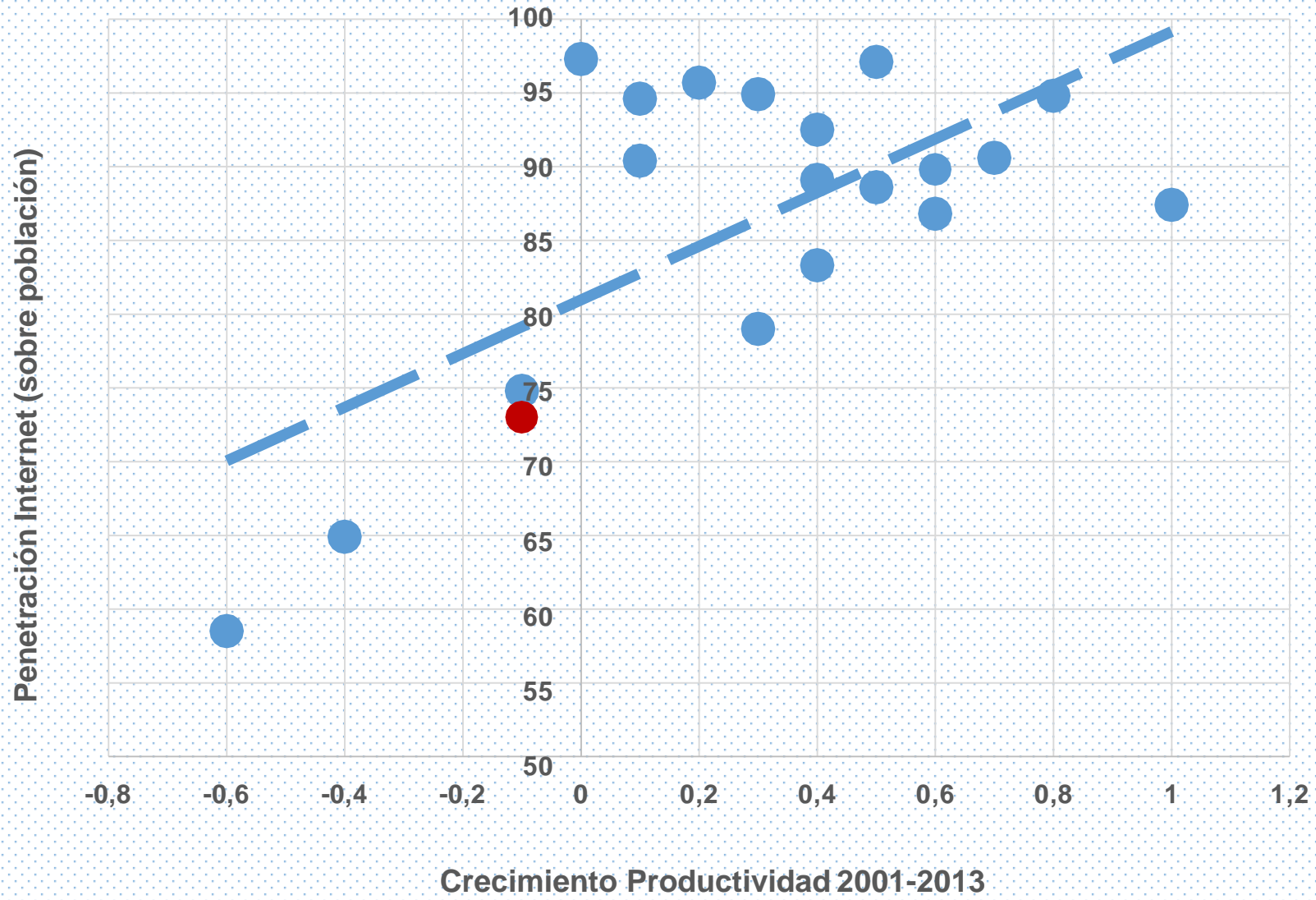
2. ¿Qué es la reforma microeconómica?

La productividad no es todo, pero a largo plazo es casi todo (Krugman, 1992, p. 9).

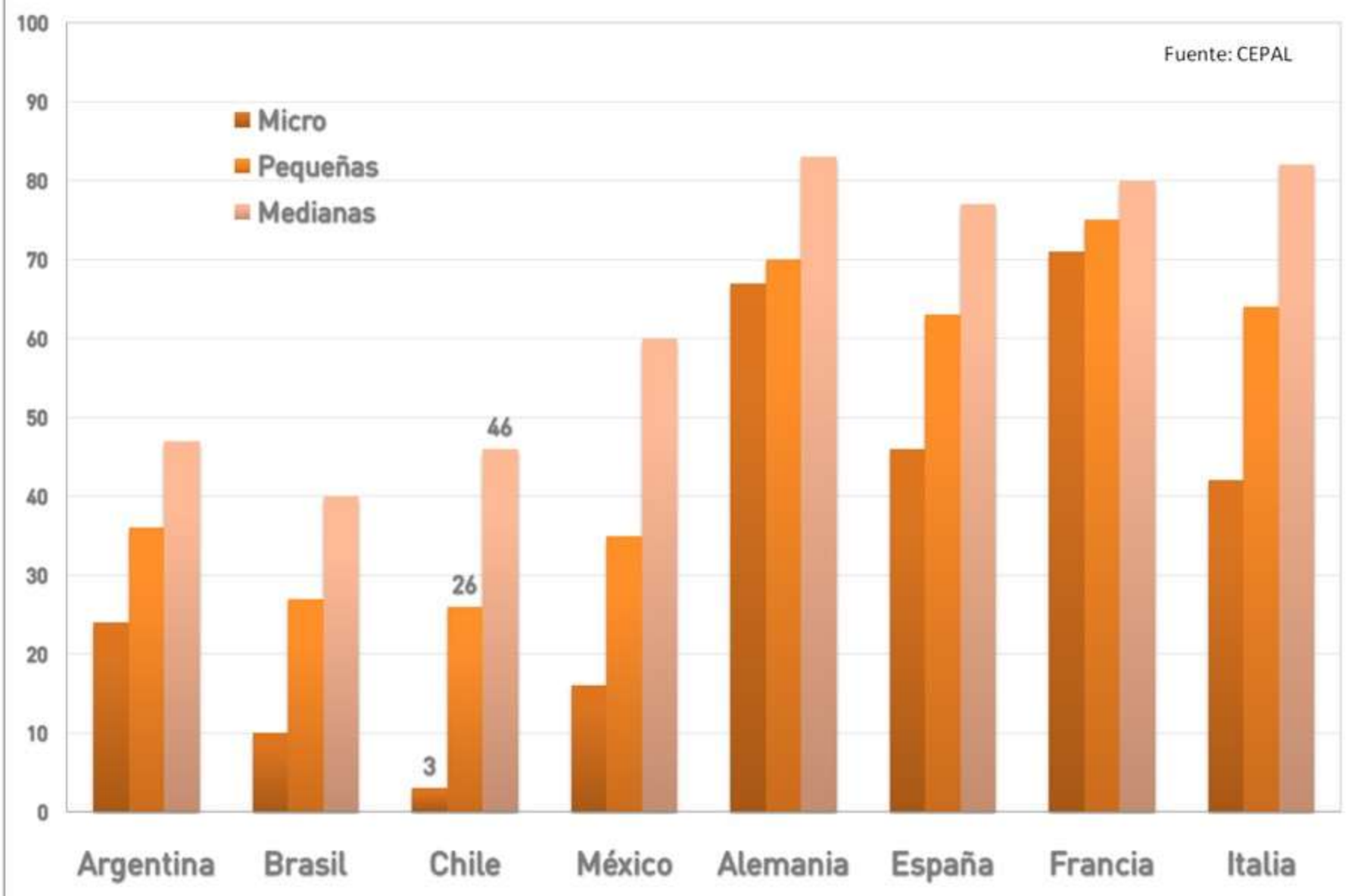
- * Tomar decisiones para **mejorar los ingresos reales** que eleven los niveles de vida y aumenten el consumo.
- * Medidas que fomentan la **eficiencia productiva** empresarial.
- * Elaborar **productos** que los consumidores desean.
- * Reformas para **generar canales** de comercialización más eficaces (entre consumidores y productores).
- * **Rol del Estado:** mejorar la **eficiencia** de la producción y distribución de **bienes y servicios** (Forsyth, 1991).

Penetración de Internet y Productividad

(Países OCDE, % usuarios, Var.PTF)



Nivel de productividad relativo a grandes empresas = 100



CHILE EN LA ERA DIGITAL

@georgelever
CCS

