



Potenciamos marcas con tecnología y data

WWW.SHOPAPP.COM.AR

WWW.SHOPAPP.CL



**Ayudamos a las marcas a tomar
decisiones más ágiles y confiadas
con insights en *tiempo real***



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Estudios con consumidores:

- Cualitativos y cuantitativos
- Pre testeos
- Exploratorios de categorías
- Saludabilidad de marca
- Estudios en PDV
- Estudios con prueba de producto

Panel propio de +250.000
consumidores.

APP móvil.

Argentina, Chile y México.

Campos en 24 hs.

Equipo de expertos +15 años de
experiencia.



MARCAS QUE CONFÍAN EN NOSOTROS





CONTEXTO, CONSUMO Y CANALES DE COMPRA

CHILE - NOVIEMBRE 2024



FICHA TÉCNICA

¿Quién?



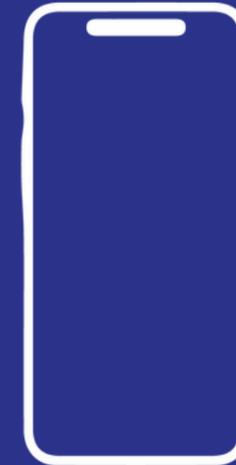
1.000 consumidores
Mujeres y Hombres
+18 años
NSE amplio

¿Cuándo?

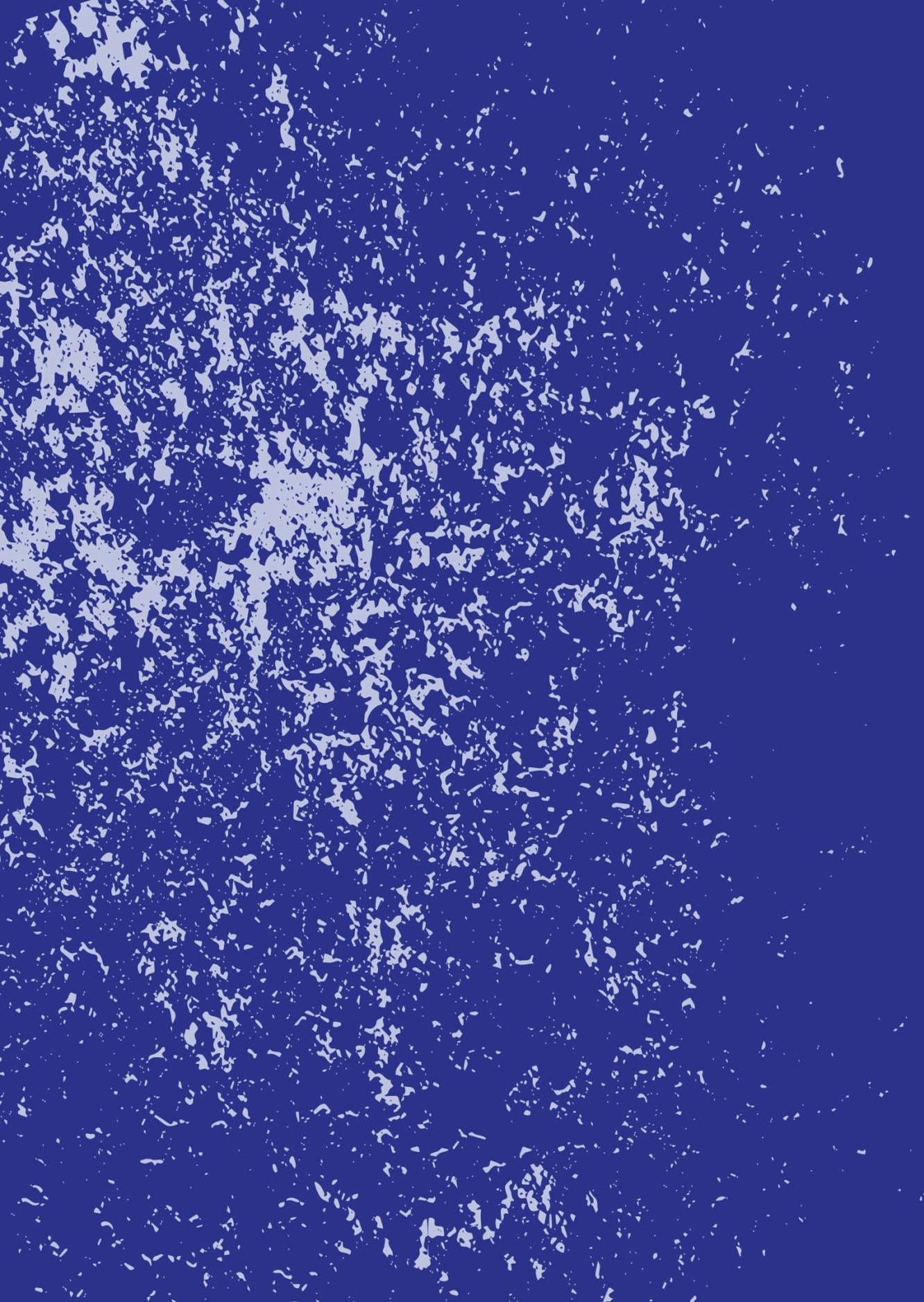


Noviembre 2024

¿Cómo?



CAWI
20 minutos de duración

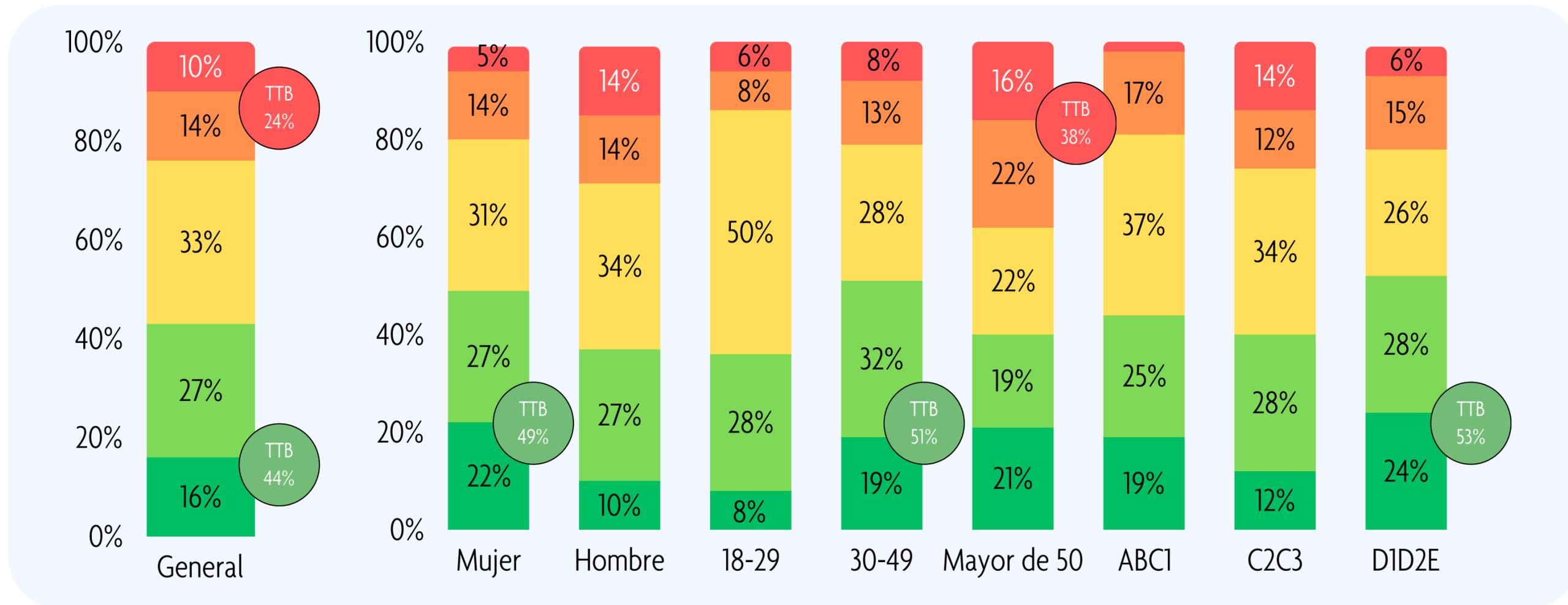


HUMOR SOCIAL



Un panorama dividido: 43% de optimismo frente a un 24% de pesimismo

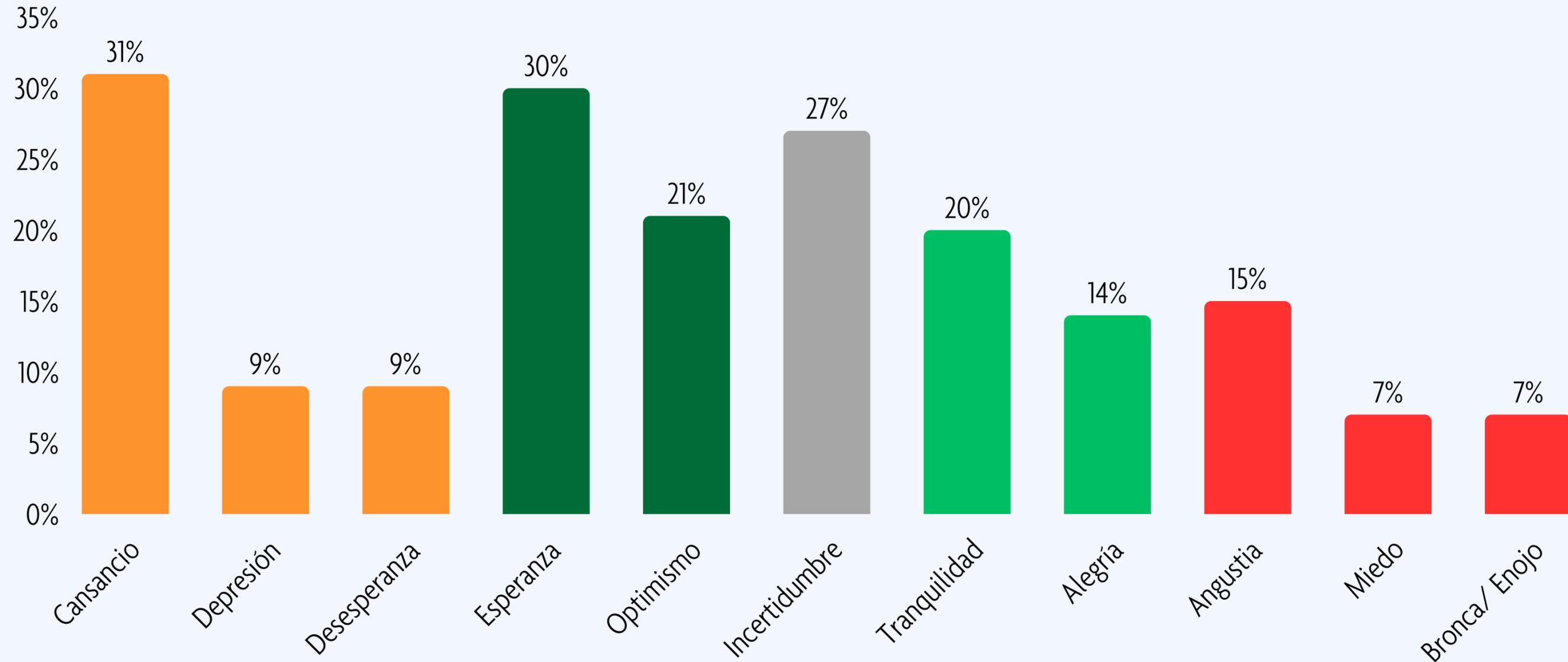
■ Totalmente optimista
 ■ Algo optimista
 ■ Neutral
 ■ Algo pesimista
 ■ Totalmente pesimista



En una escala de pesimismo-optimismo ¿Dónde te ubicarías en relación a tu perspectiva para lo que resta del año?



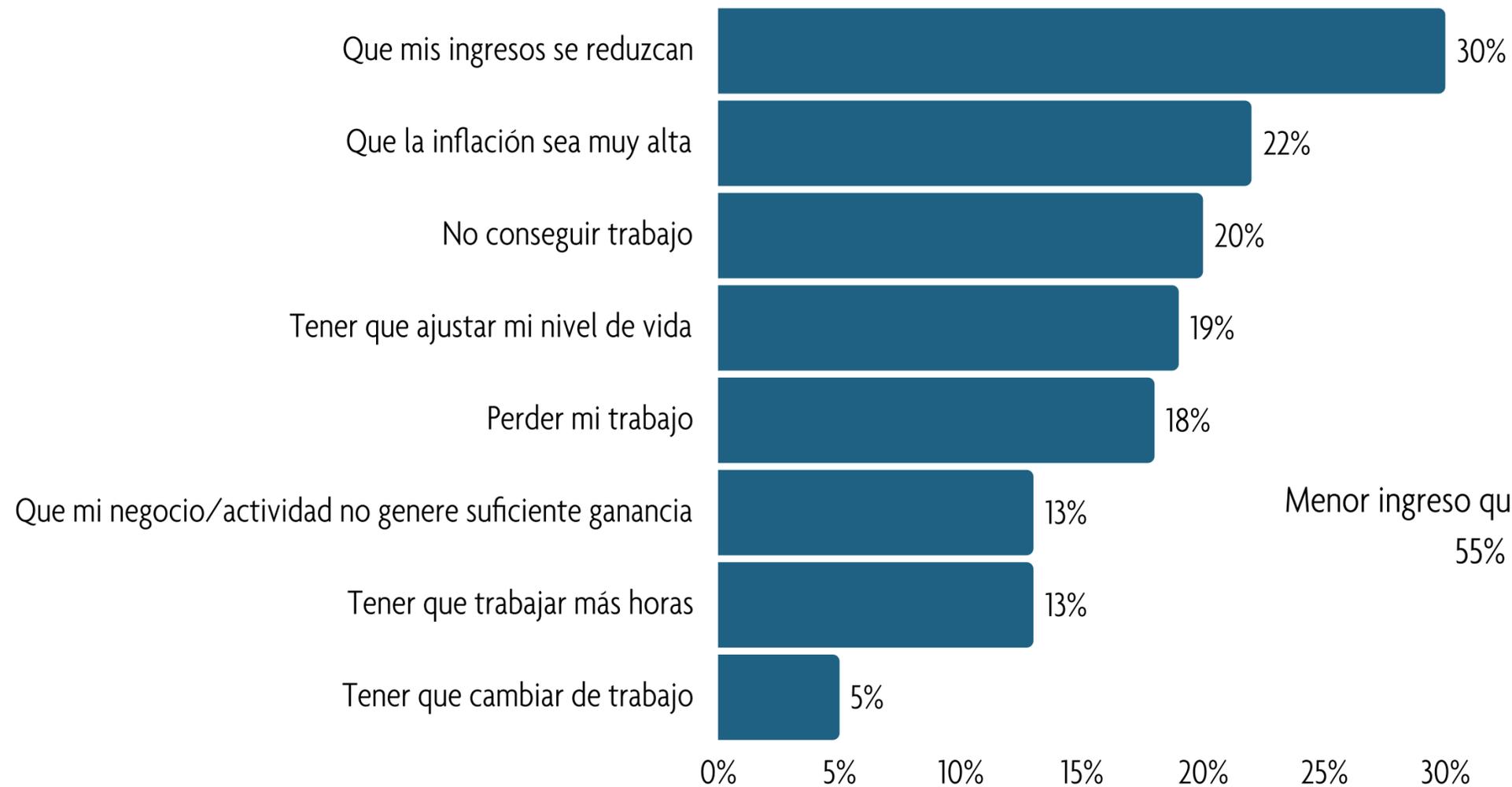
Un Chile cansado, pero con destellos de esperanza



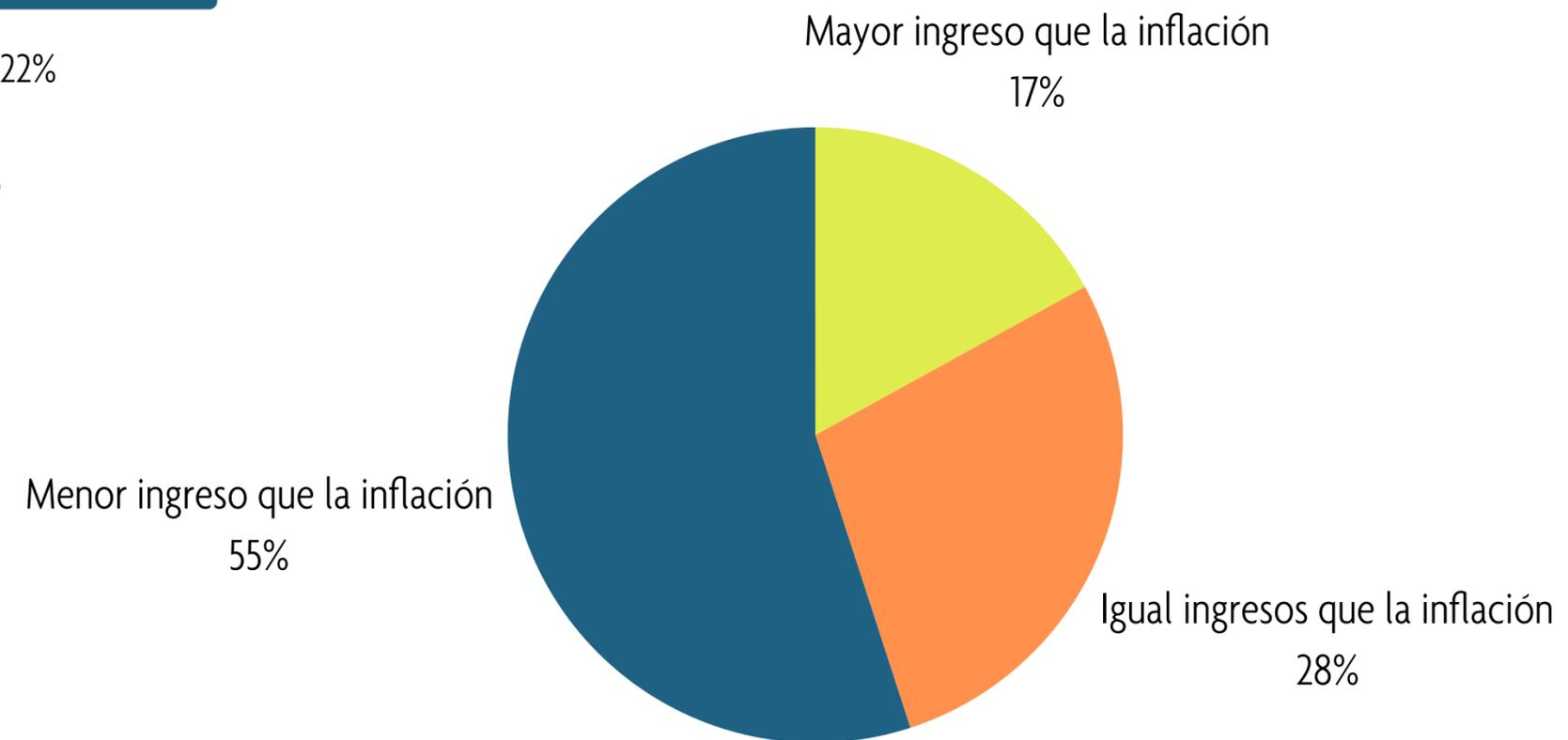
¿Cuáles de los siguientes sentimientos-pensamientos describen mejor tu perspectiva respecto a lo que resta del año?



La reducción de ingresos sigue preocupando

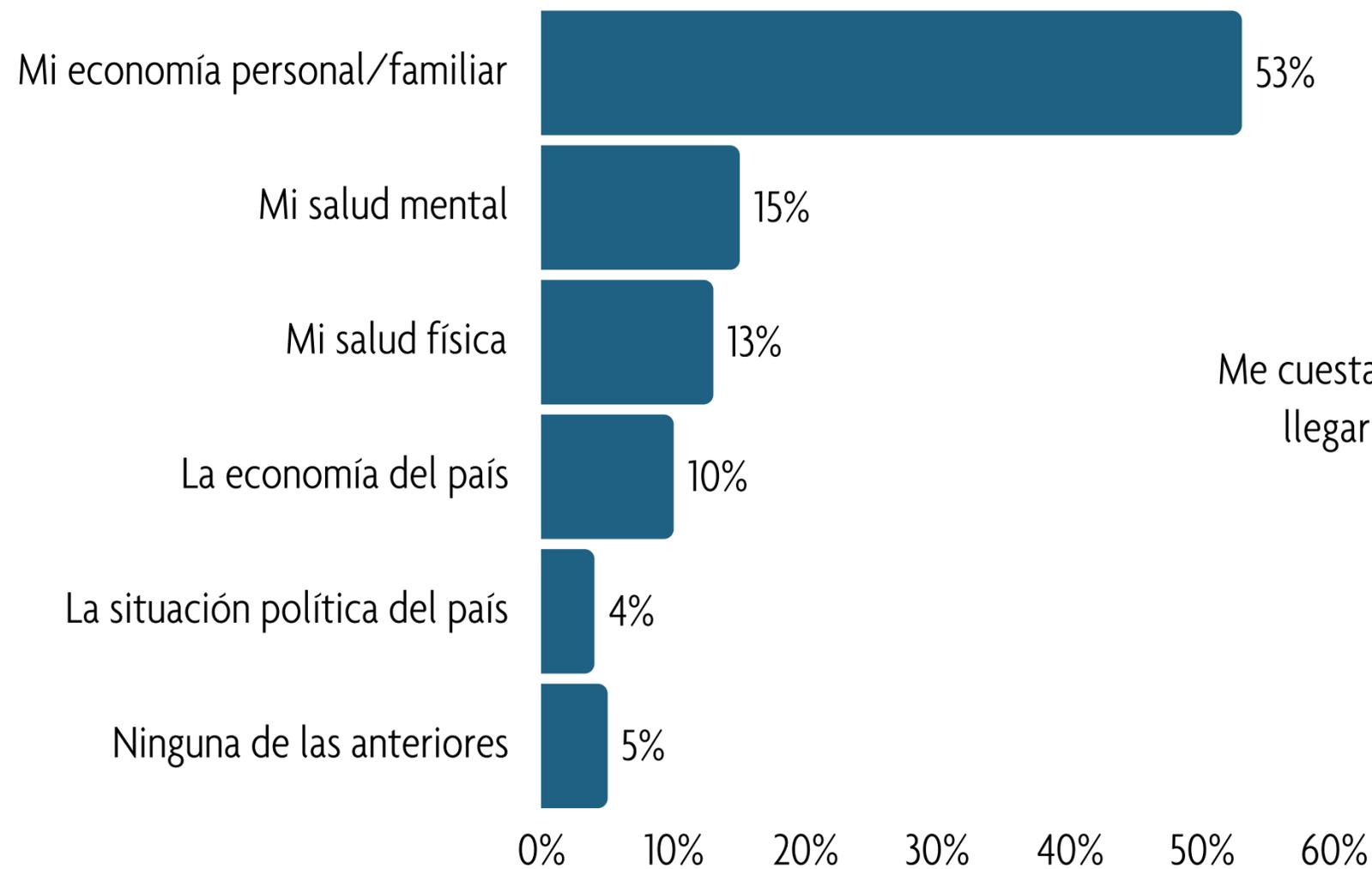


En relación a tu economía personal/familiar para lo que resta del año, ¿Cuáles son tus principales temores?



¿Cuál es tu expectativa respecto de tus ingresos en lo que resta del año?

Preocupación por la economía personal: llegar a fin de mes sigue siendo el gran desafío



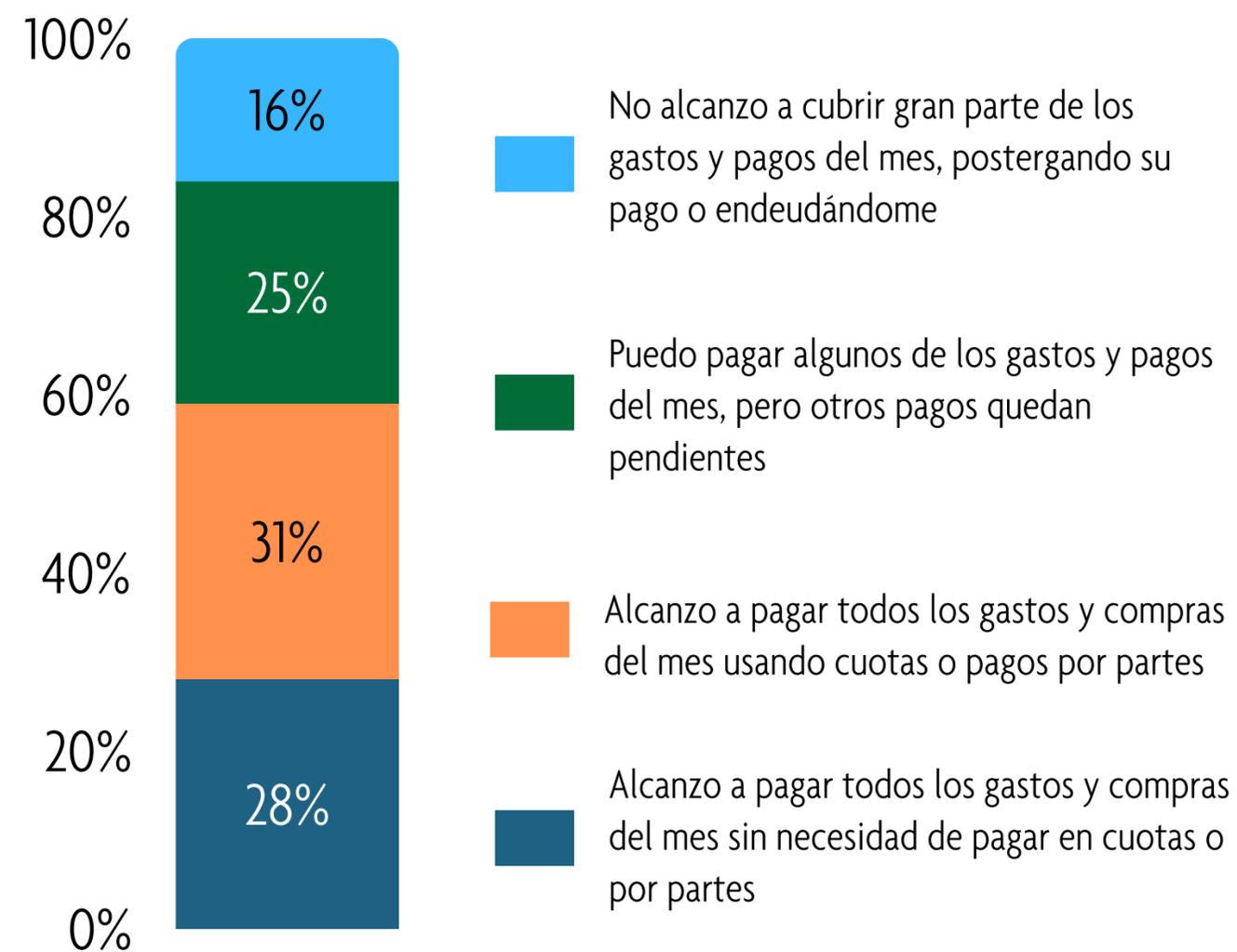
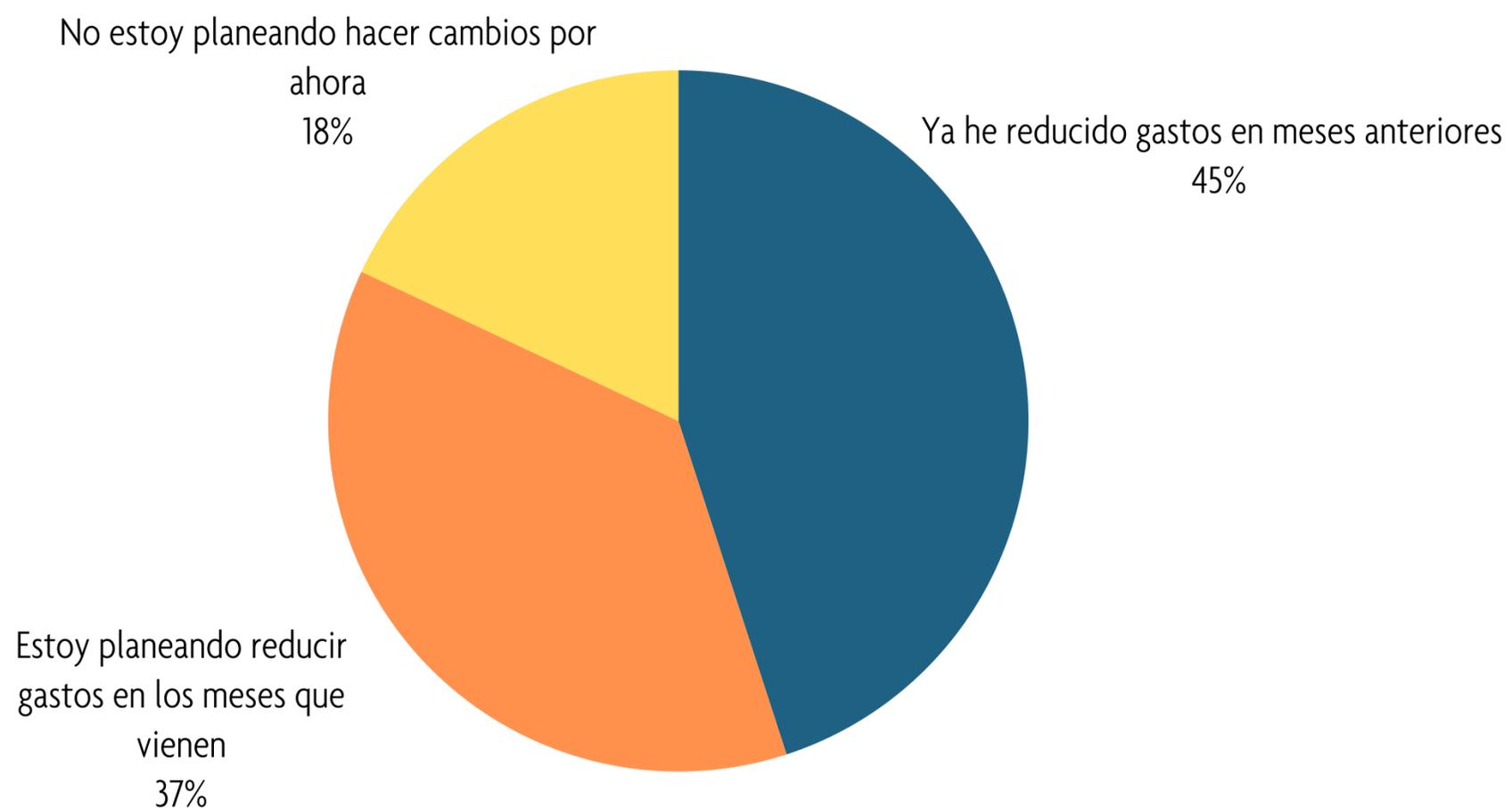
¿Cuál de las siguientes opciones dirías que te genera mayor preocupación para lo que resta del año?

Me cuesta financieramente llegar a fin de mes
46%



¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su situación financiera actual?

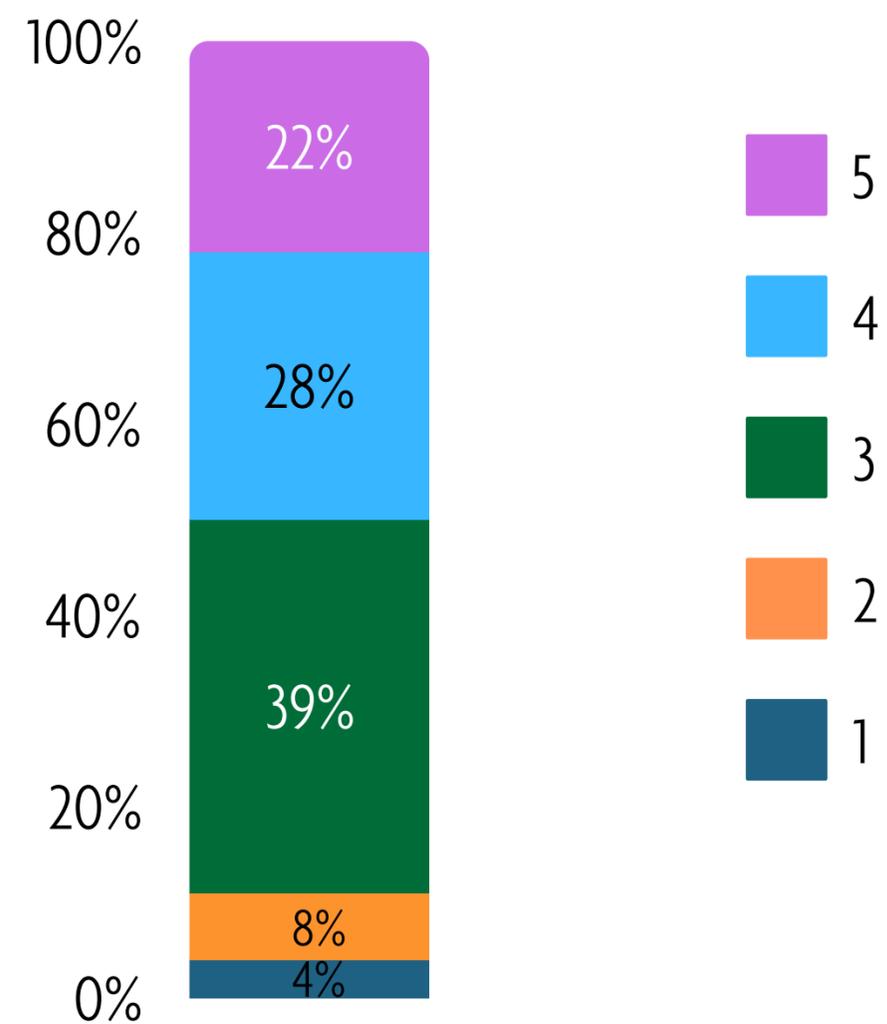
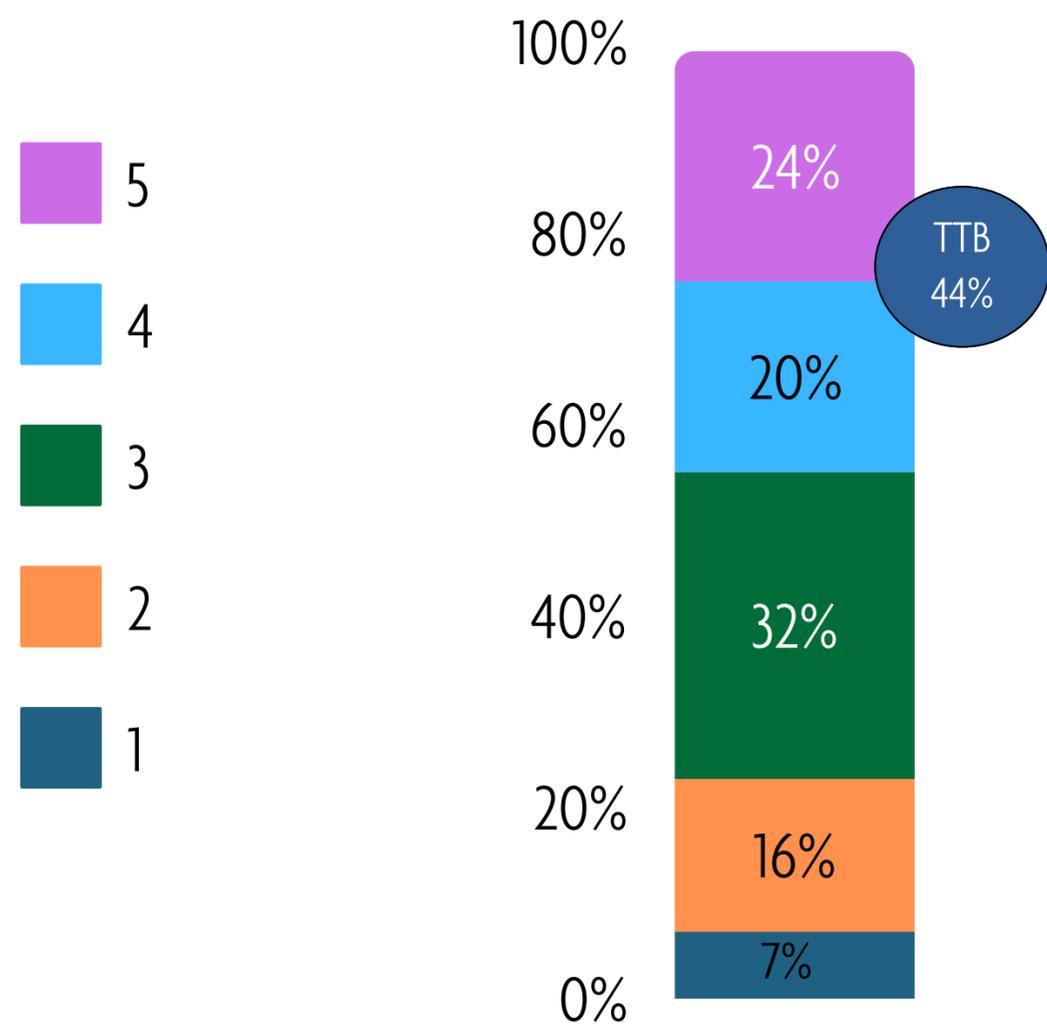
Impacto del costo de vida en la capacidad de pago y reducción de gastos



Como resultado del aumento del costo de vida, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor su situación?

¿Cuál de las siguientes frases sientes que representa mejor la situación en la que llegas a fin de mes?

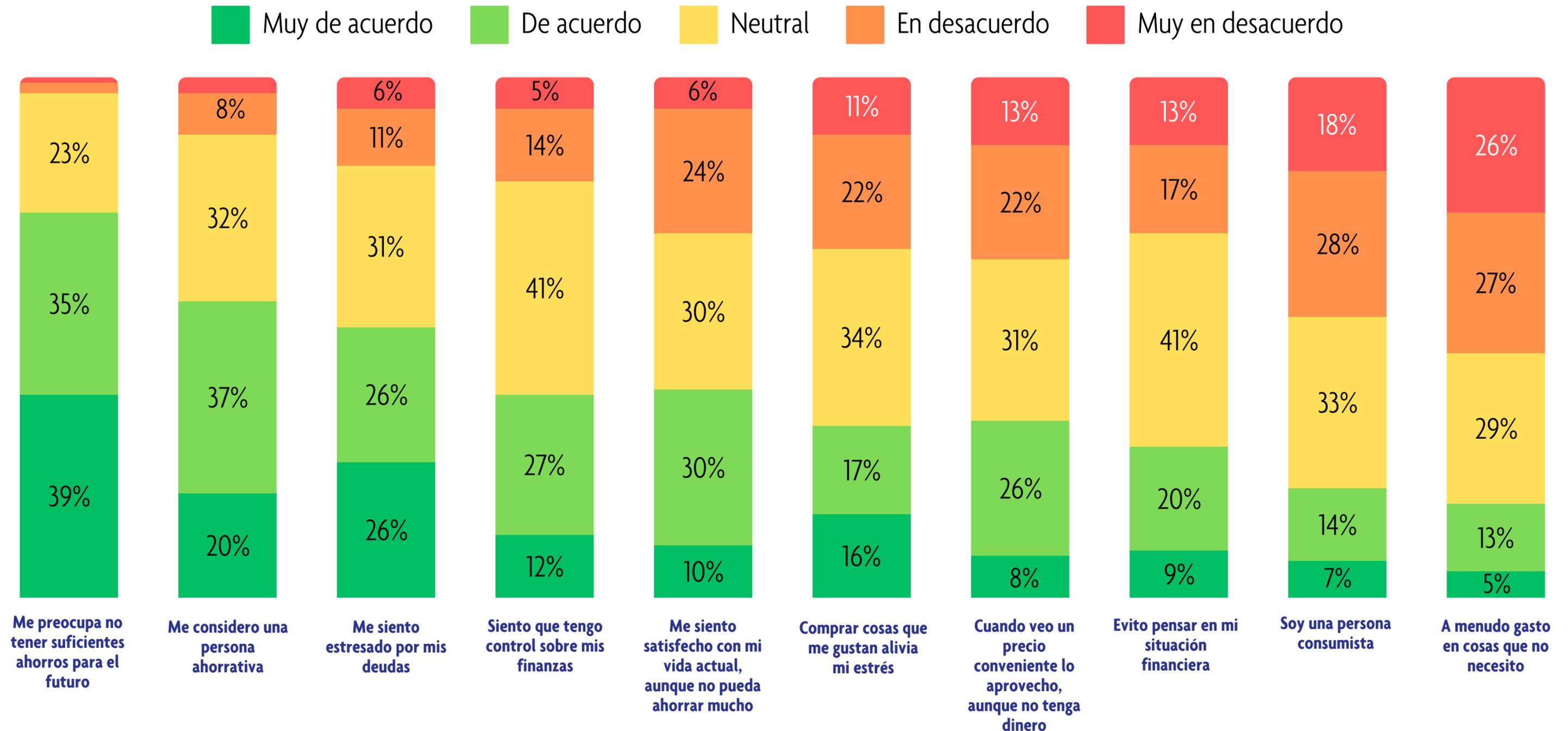
Impacto del estrés financiero en los hábitos de ahorro y gasto



En general, ¿qué tan estresado(a) te sientes respecto a tu capacidad de pago de compras y gastos mensuales? Piensa en una escala de 1 a 5 donde 1 es “Poco o nada estresado(a)” y 5 es “Muy estresado(a)”

Usando una escala de 1 a 5, donde 1 es “Gastador” y 5 es “Ahorrador”, ¿Cómo te calificas tú?

Preocupaciones financieras, control del gasto y comportamientos de ahorro

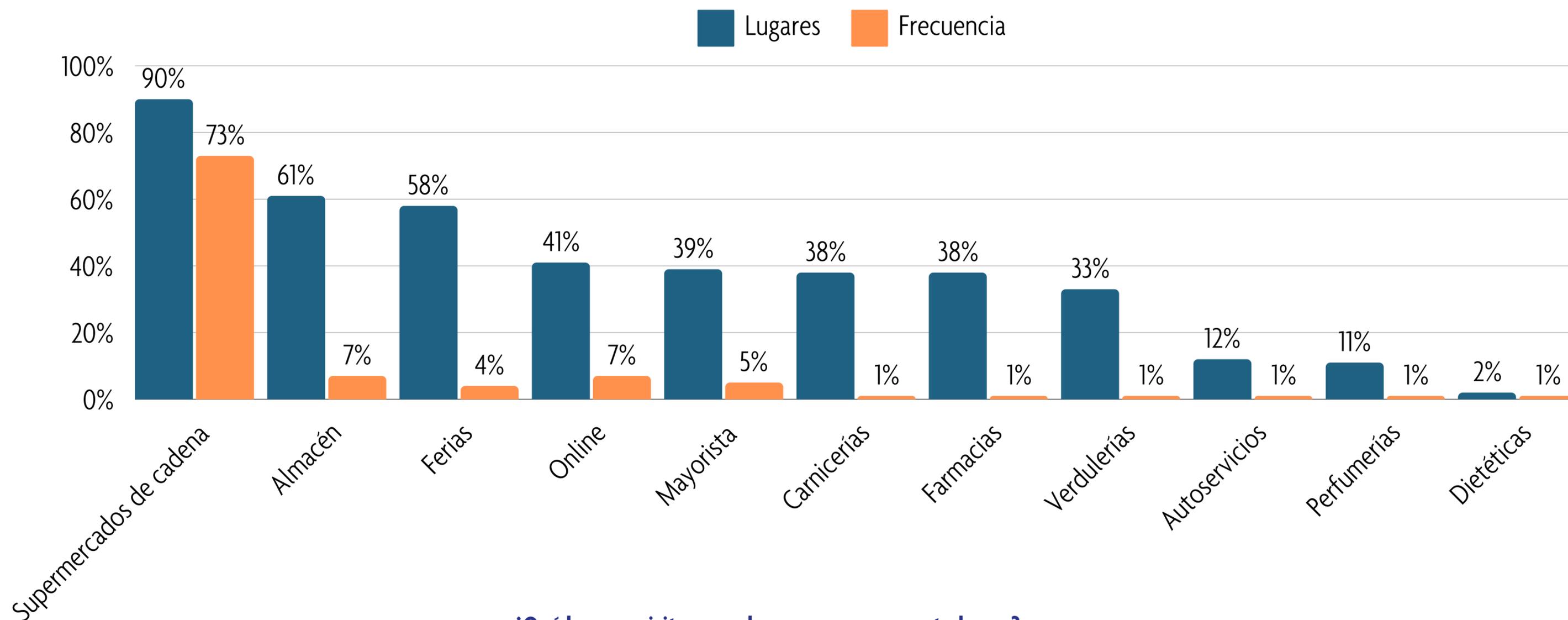


A continuación te presentaremos una serie de afirmaciones, por favor indícanos cuán de acuerdo estás con que ellas se aplican a ti.



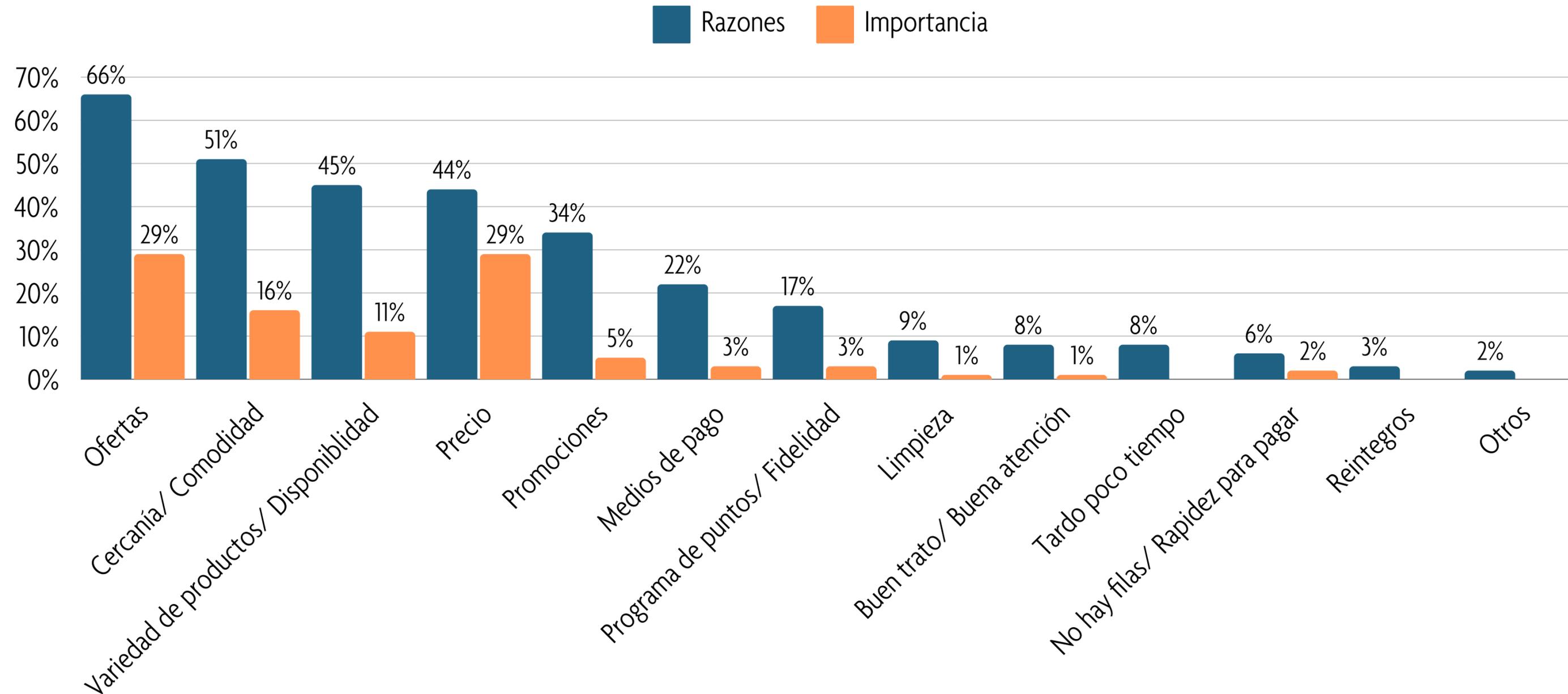
CONSUMO, COMPORTAMIENTO DE COMPRA Y CANALES

La mayoría de los consumidores no realiza todas sus compras en un solo lugar...



¿Qué lugares visitas para hacer compras para tu hogar?
¿Dónde dirías que haces las compras con mayor frecuencia?

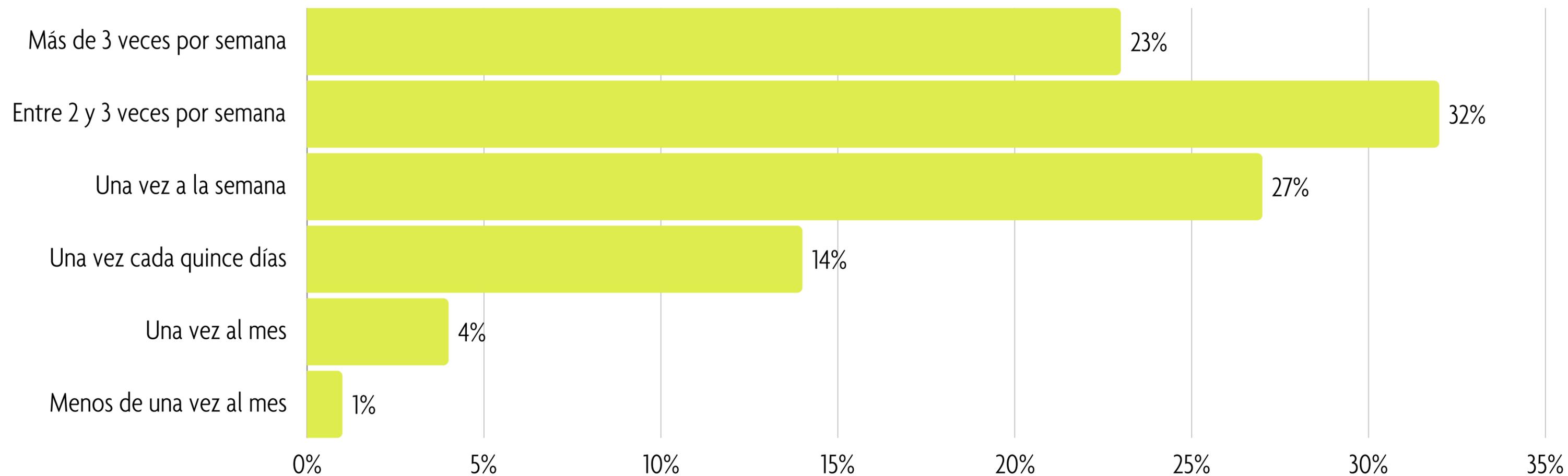
... porque buscan ofertas y precios. La cercanía y la variedad también juegan un rol importante.



Indica las tres principales razones por las cuáles eliges ese lugar para hacer tus compras - ¿Y cuál es el más importante para ti?



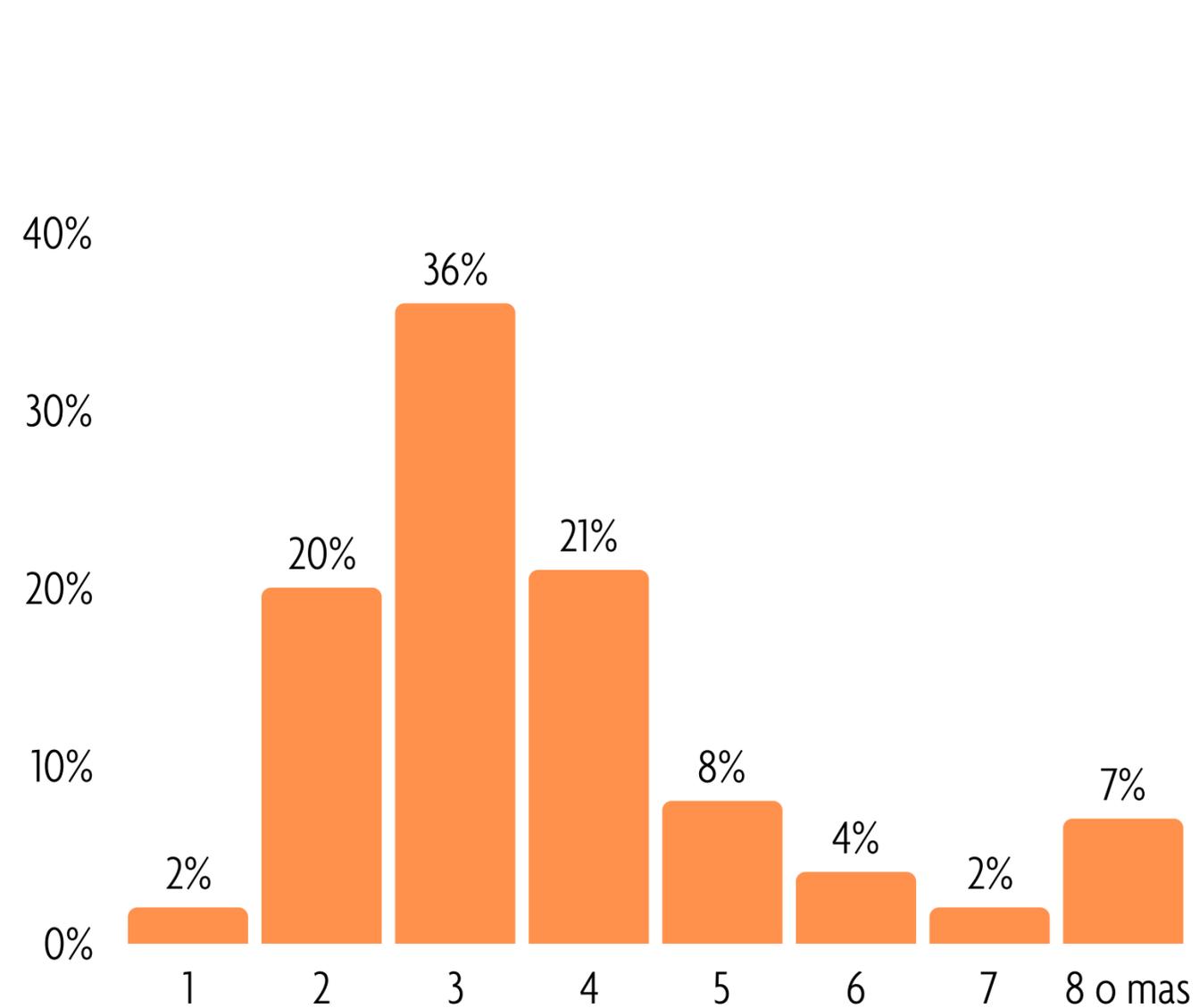
Los consumidores realizan compras para el hogar aproximadamente dos veces por semana



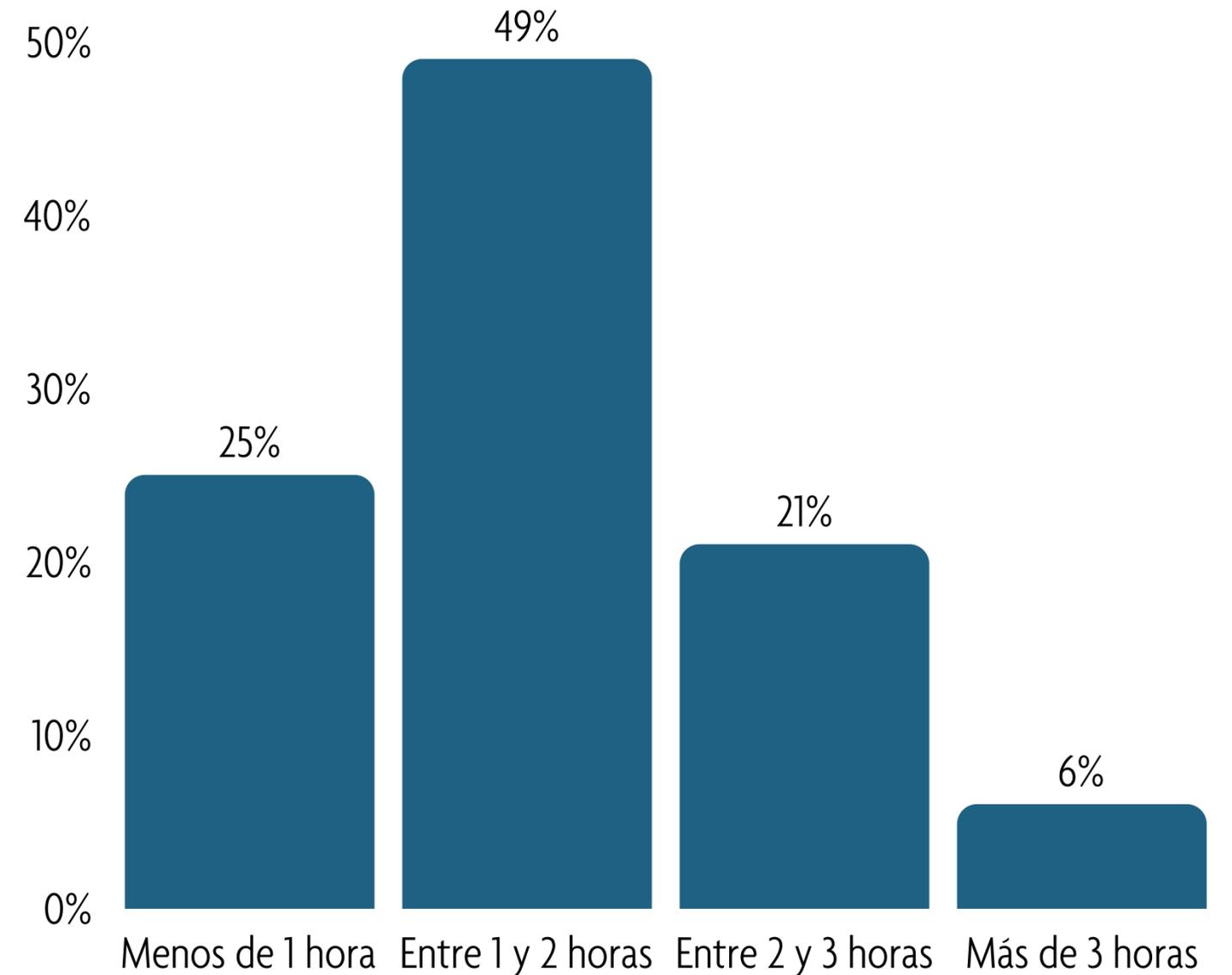
Pensando en todos los lugares en los que realizas compras para tu hogar, ¿con qué frecuencia dirías que los visitas?



Compras en al menos 3 lugares distintos al mes y dedican un promedio de 1 a 2 horas semanales

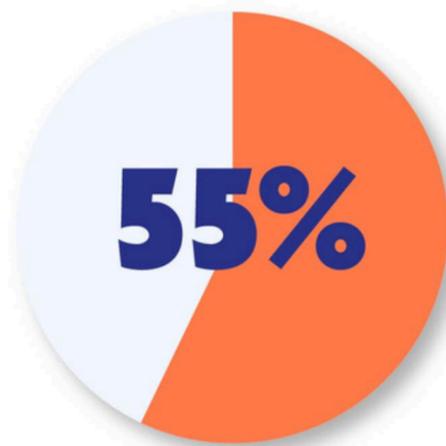


Pensando en todos los lugares en los que realizas compras para tu hogar, ¿a cuántos lugares distintos estimas que vas por mes?



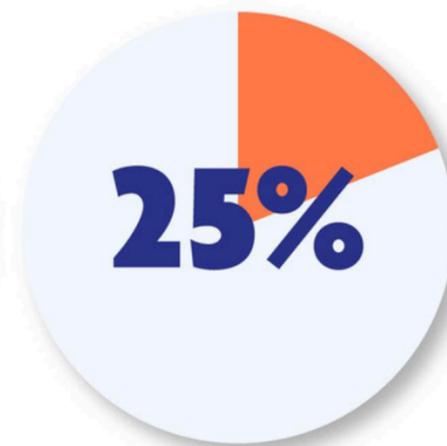
¿Cuánto tiempo le dedicas, aproximadamente, a hacer las compras del hogar cada semana?

Tipos de shopper



CAZADOR DE OFERTAS

Voy mirando donde están las mejores ofertas y voy especialmente a comprarlas. Aunque tenga que ir a diferentes lugares y salir más veces, la diferencia vale la pena.



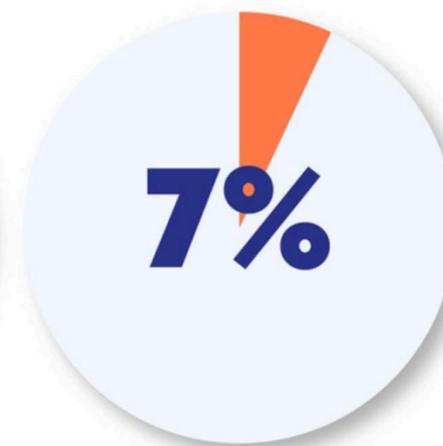
CONVENIENTE

Compro todo en el mismo lugar. Quizás haya precios más convenientes en otros lugares, pero la diferencia es mínima y prefiero no perder el tiempo yendo a distintos lugares.



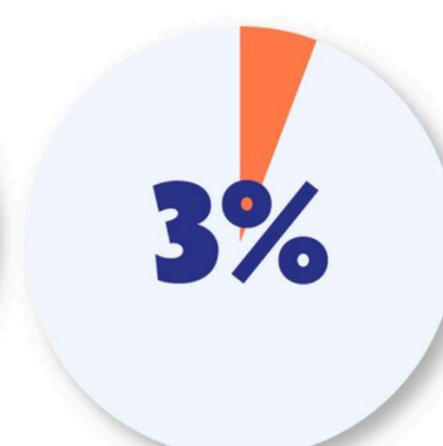
BOLSILLO

Compro productos a medida que voy necesitando. No compro nada más que lo que necesito. De esta manera gasto menos y me guardo el dinero para otras cosas que necesito.



ESPECIALIDAD

Compro cada producto en una tienda especializada en esos productos, porque se que allí encontraré más variedad de productos y a mejores precios que en tiendas multirubro.

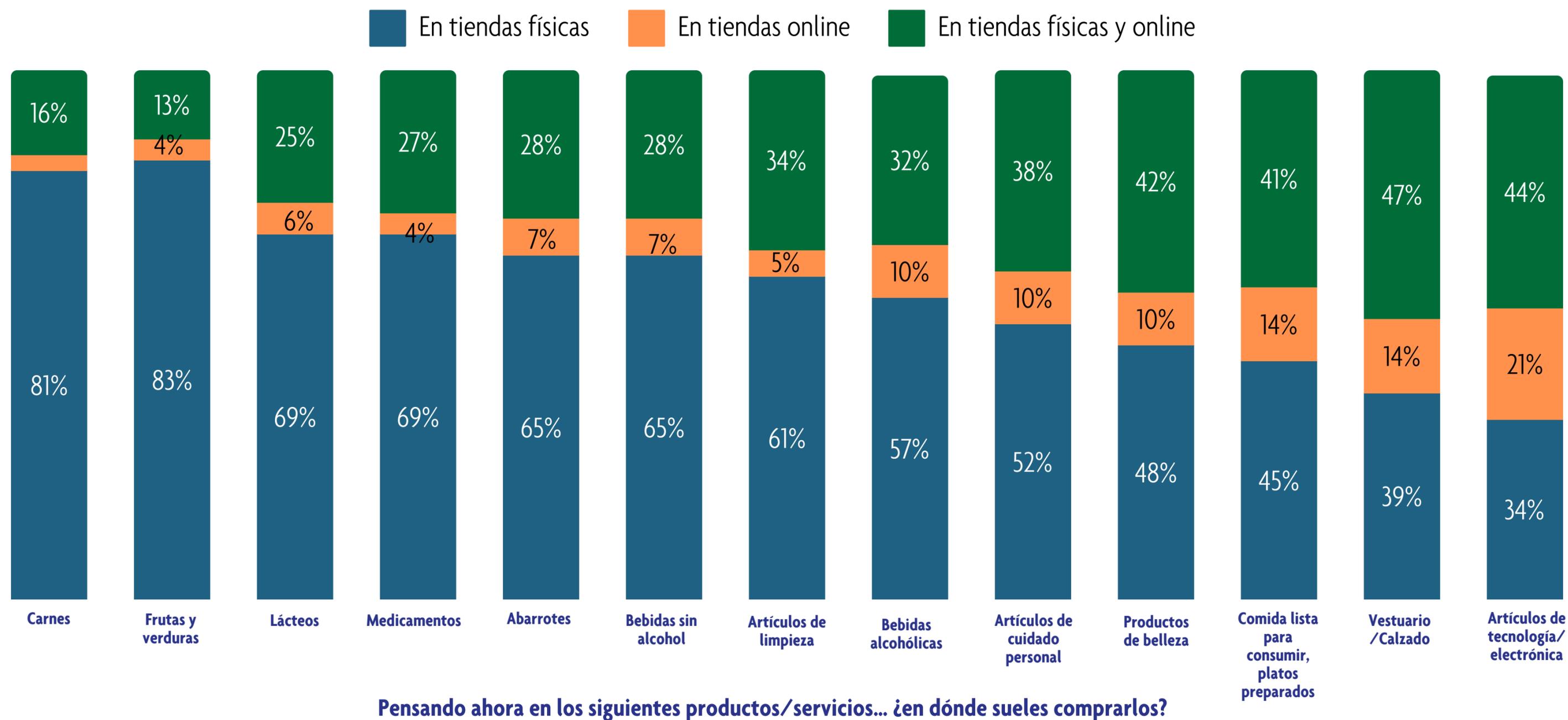


MAYORISTA

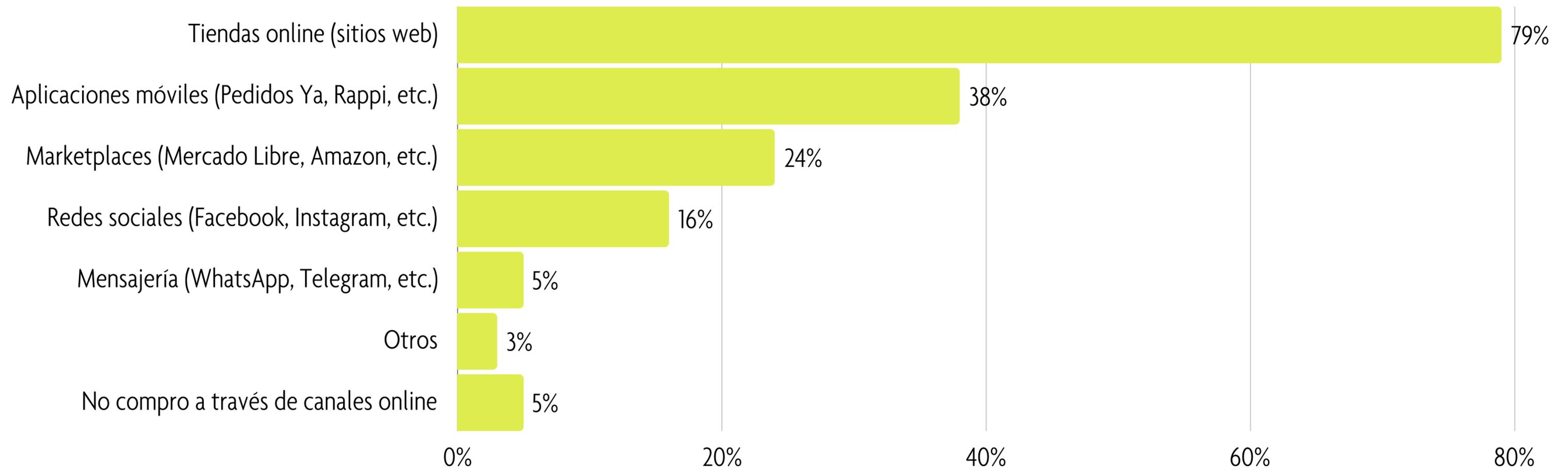
Gasto más en una compra grande, comprar en cantidad hace que tenga un precio por producto más barato y la compra me dura más tiempo.

Pensando en cómo realizas las compras habitualmente, ¿con cuál de estas descripciones te relacionas más?

Lo físico lidera en supermercados, mientras tecnología, belleza e indumentaria impulsan el crecimiento online



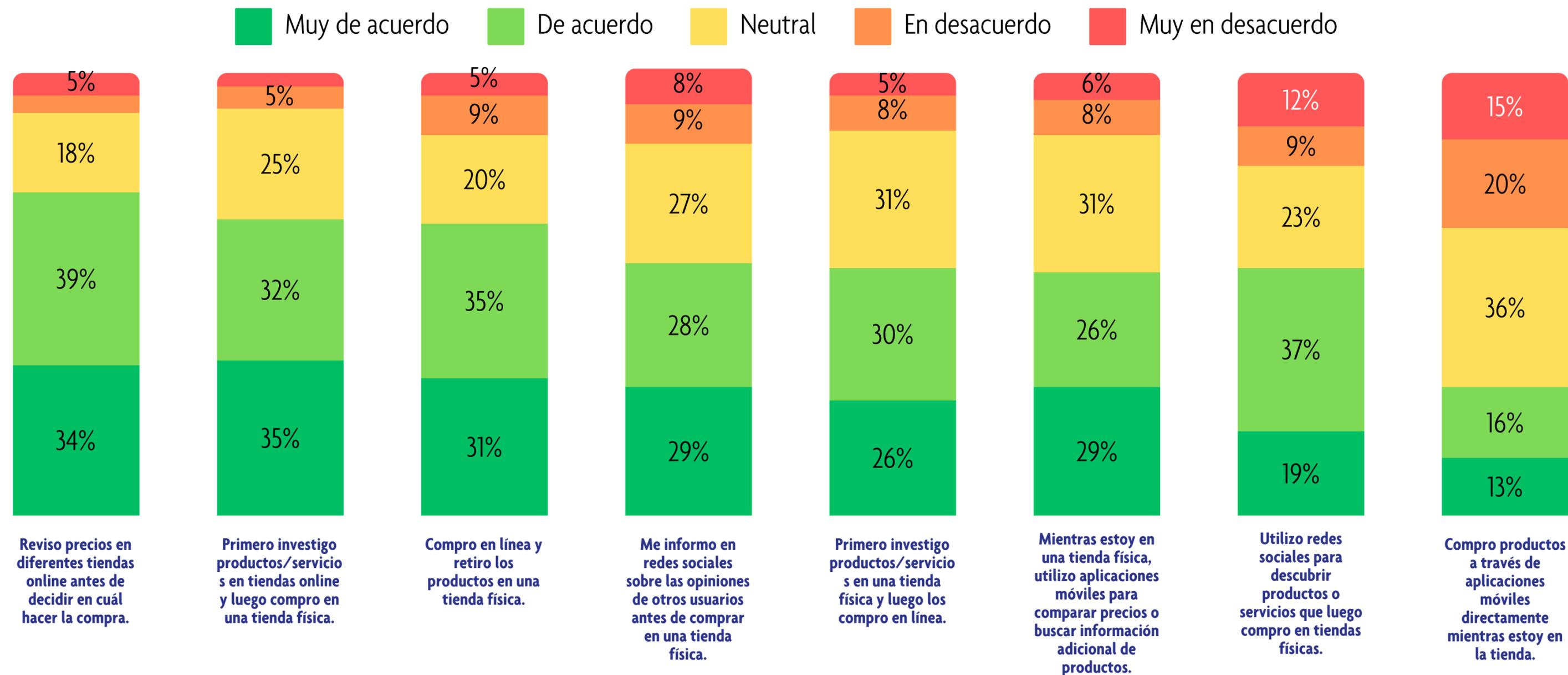
Tiendas online lideran el comercio digital, mientras apps y marketplaces consolidan su lugar



¿Cuáles son los canales online que utilizas con más frecuencia para realizar tus compras?



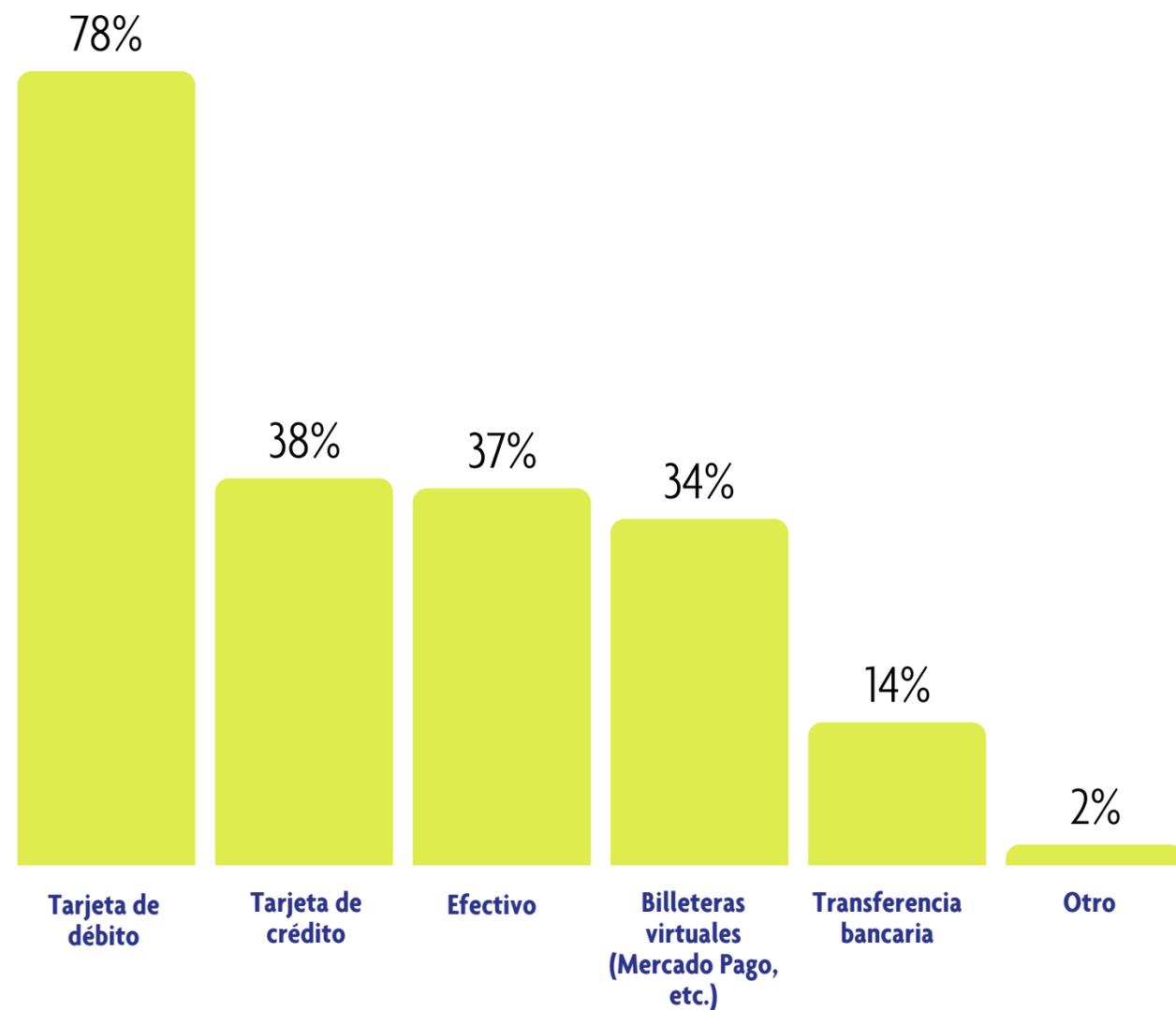
Omnicanalidad: combinación de investigación online con compras físicas y viceversa



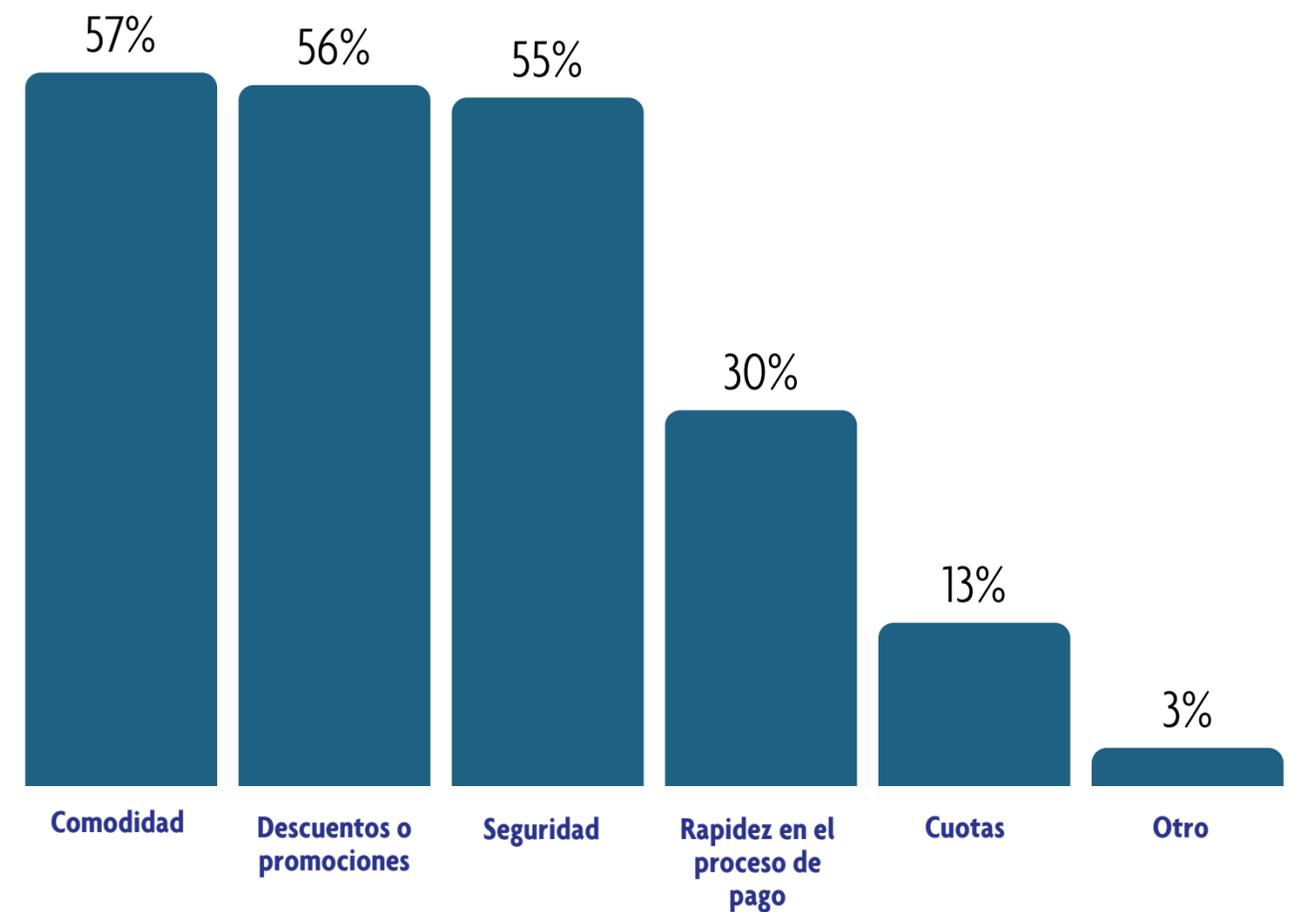
A continuación te presentaremos una serie de afirmaciones, por favor indícanos cuán de acuerdo estás con que ellas se aplican a ti



Tarjeta de débito: el medio preferido gracias a la comodidad, descuentos y seguridad



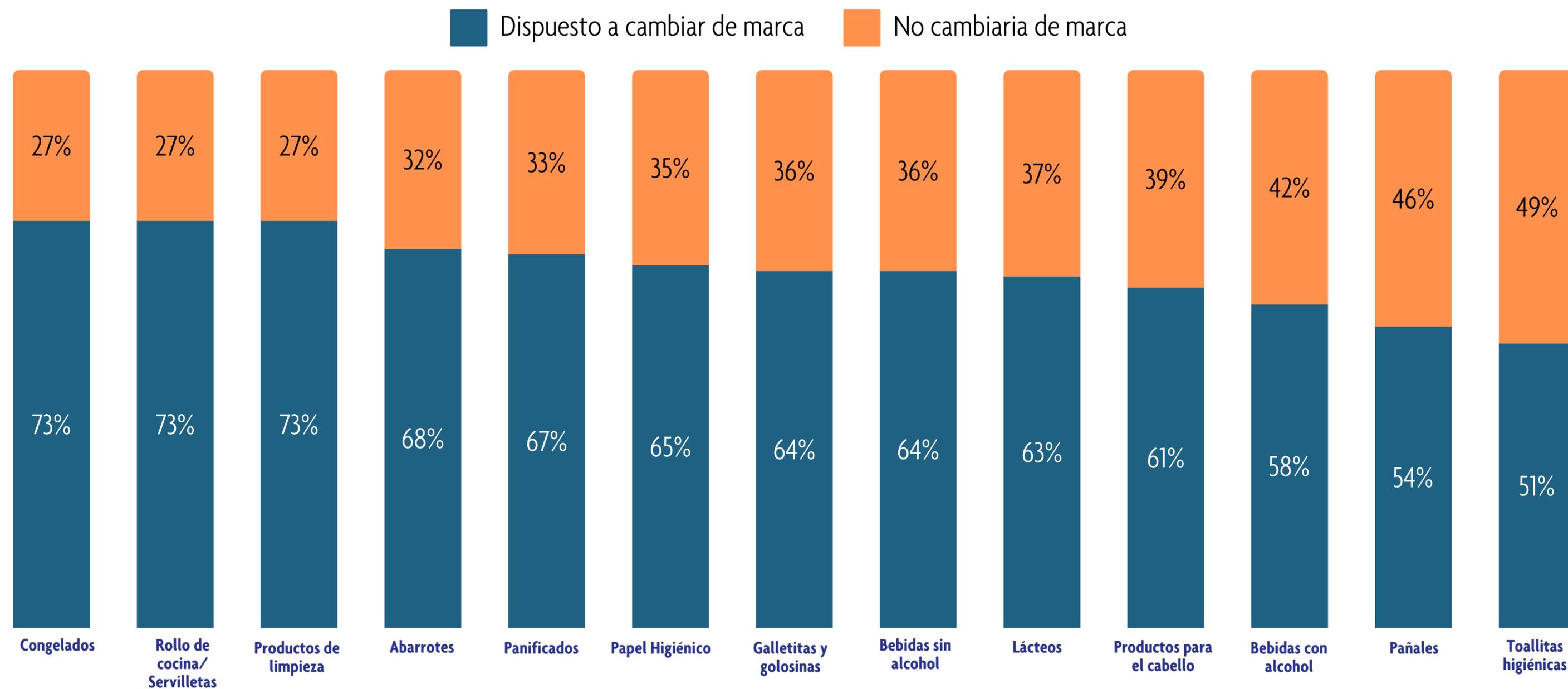
¿Qué medios de pago sueles usar?



¿Qué factores considera al elegir un medio de pago?



Consumidores abiertos al cambio: pocas categorías mantienen la fidelidad de marca



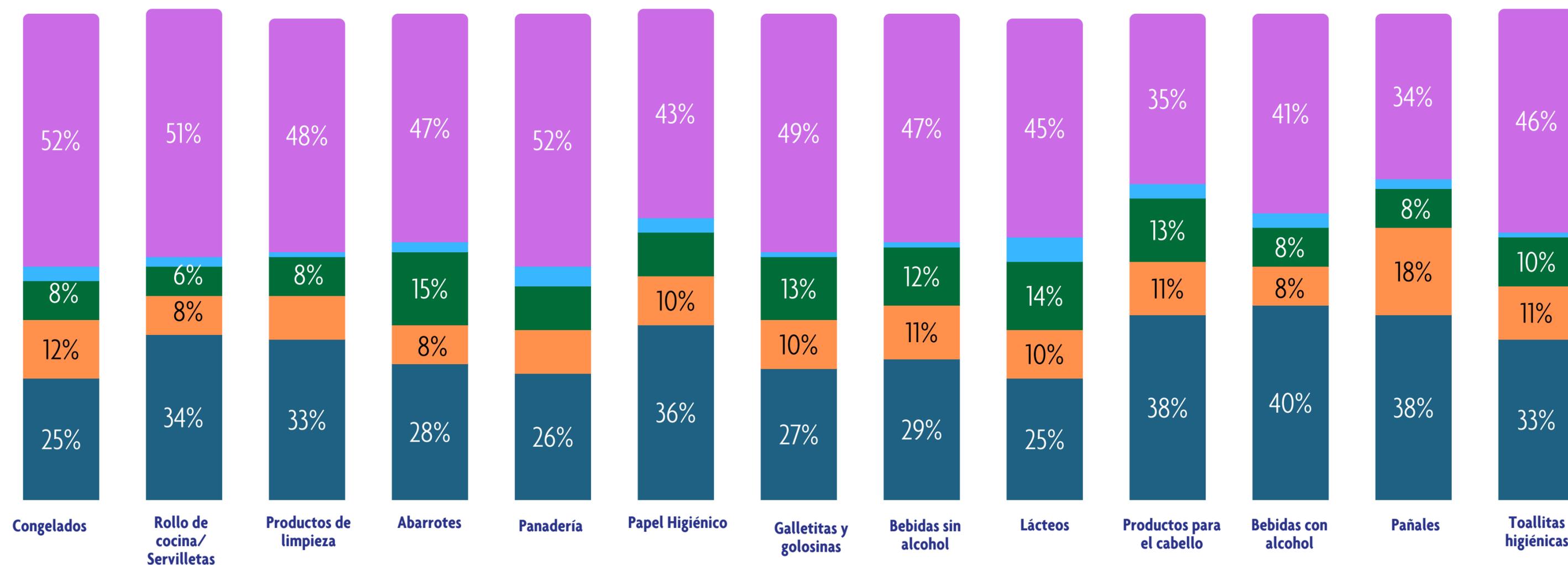
Para cuales de los siguientes productos dirias que priorizas siempre tu marca habitual y para cuales estas dispuesto a cambiar



Ante la falta de su marca habitual, la mayoría opta por otra marca

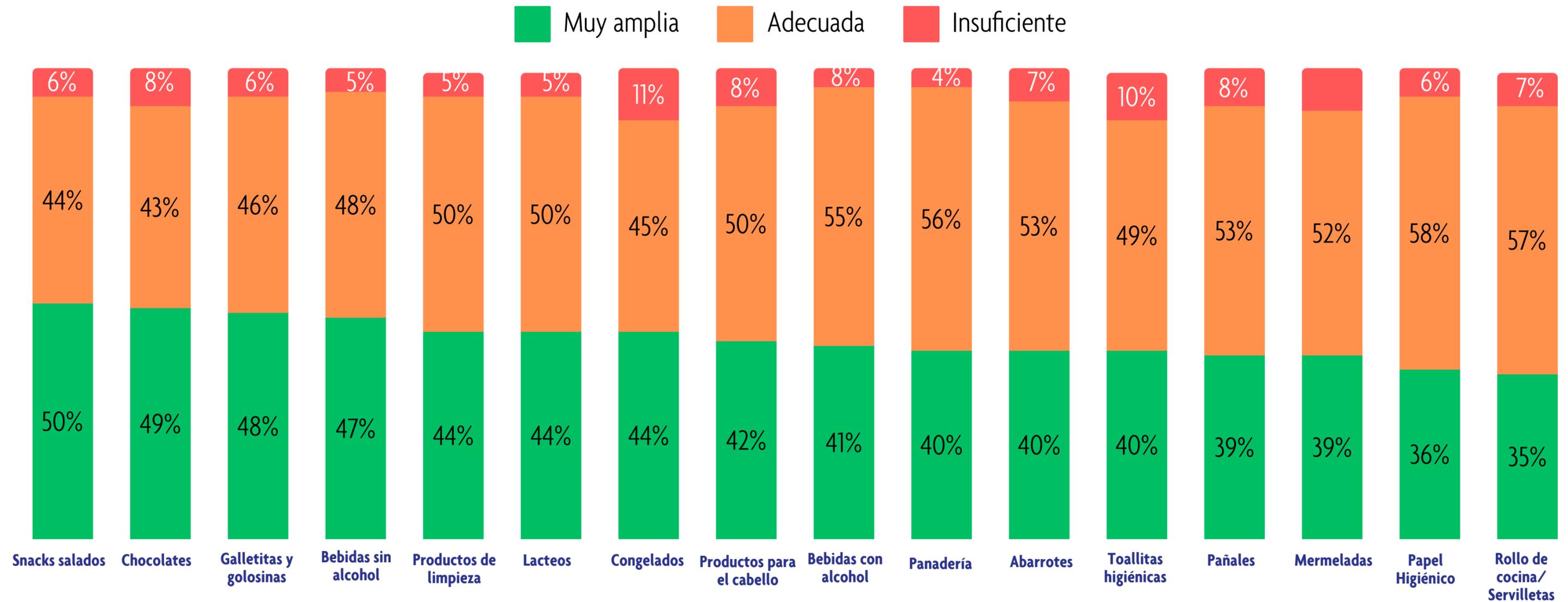
■ Voy a otro lugar que conozco para encontrarlo
 ■ Espero a que este producto esté en el comercio
 ■ Recorro la zona a ver si lo encuentro en otro lugar

■ Pido que me avisen cuando esté
 ■ Compro otra marca



En el caso de no conseguir la marca que estás habituado/a a comprar, ¿qué haces?

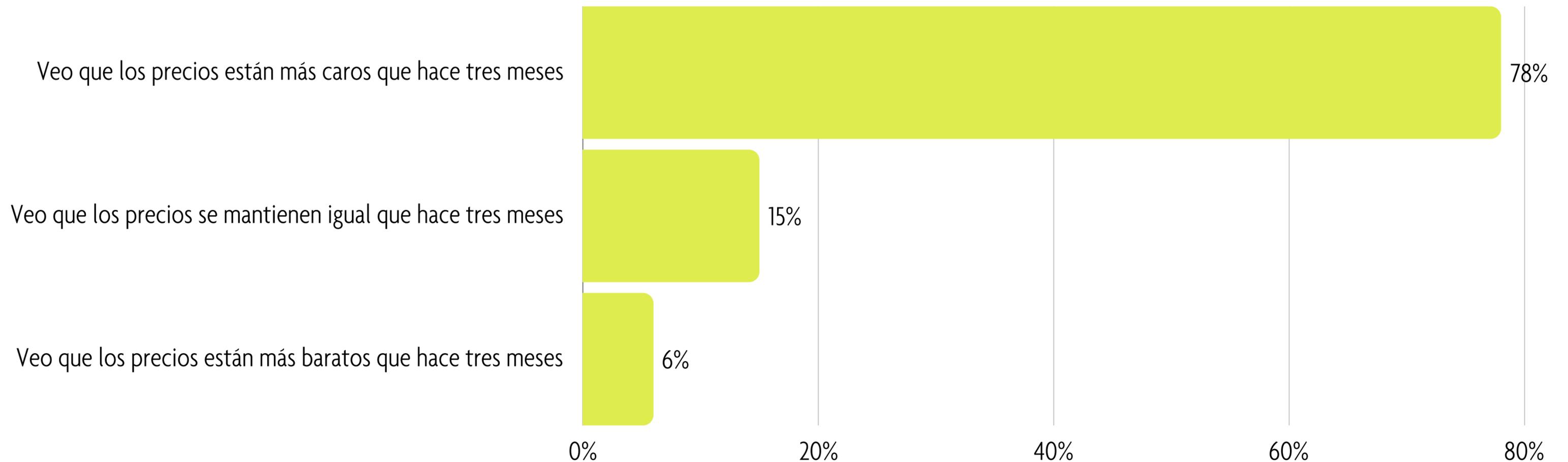
Variedad percibida: satisfactoria en general, con margen de mejora en categorías específicas



¿Cómo evaluarías la variedad de productos disponibles en las categorías que compras regularmente?



Los consumidores perciben un aumento en los precios en el último mes



Teniendo en cuenta tus últimas compras, ¿cómo podrías describir la situación en cuanto a precios?





iGracias!

Juana Merlo | CEO
juana@shopapp.com.ar

