

PANEL DE COMPORTAMIENTO DE USO Y COMPRAS COMERCIO ELECTRÓNICO

SANTIAGO Y REGIONES

REPORTE EXPRESS
CYBER MONDAY OCT 2019

CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO
CCS



KAWESQAR LAB

INSIGHT RESEARCH STRATEGY

PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

ESTUDIO QUE SE REALIZA DE MANERA DE OLAS TRIMESTRAL EN 37 COMUNAS DE LA REGIÓN METROPOLITANA Y EN REGIONES (II, IV, V, VI & VIII) CON EL OBJETIVO DE COMPRENDER, DESDE LA PERSPECTIVA DEL USUARIO Y EN SU ESPECTRO AMPLIO, EL COMPORTAMIENTO DE COMPRAS EN EL CANAL.

SE REGISTRAN COMPORTAMIENTO DE COMPRAS POR CATEGORÍAS, SUBCATEGORÍAS, CANALES UTILIZADOS HASTA LA MARCA COMPRADA.

MEDICIÓN TRIMESTRAL

REGISTRO DE COMPORTAMIENTO DE USO VÍA PANEL ONLINE

HOMBRES Y MUJERES ENTRE 18 Y 65 AÑOS CON ACCESO A INTERNET NSE C1C2C3D

ERROR MUESTRAL DE 4% EN RM Y 5.66 EN REGIONES

911 CASOS POR EVENTO
(536 EN RM Y 375 EN REGIONES)

37 COMUNAS DE REGIÓN METROPOLITANA Y REGIONES II, IV, V, VI, VIII

17 CATEGORÍAS Y MÁS DE 55 SUBCATEGORÍAS EVALUADAS EN CADA MEDICIÓN

RESULTADOS PONDERADOS POR NSE, EDAD, GÉNERO Y COMUNA (RM)

PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

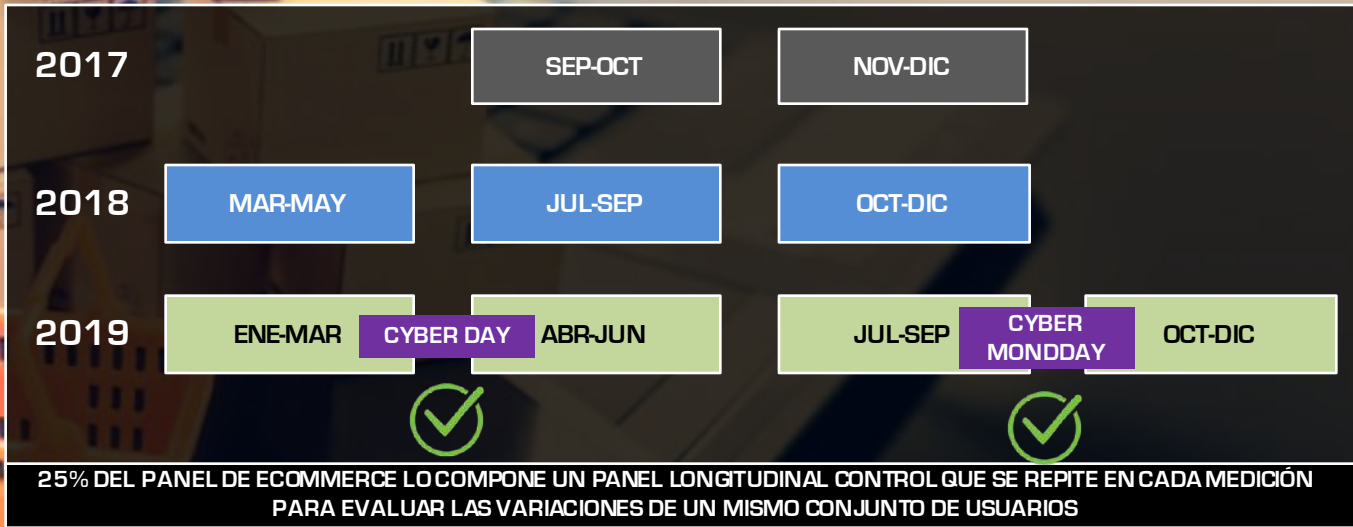
DETALLE DE CATEGORÍAS Y
SUBCATEGORÍAS QUE
COMPONEN EL
COMPORTAMIENTO DE COMPRA

17 CATEGORÍAS Y MÁS DE **50**
SUBCATEGORÍAS DE
REGISTRO, JUNTO CON
CANALES DE COMPRA,
OPERADOR, TIPOS DE
DESPACHO Y ÚLTIMA MILLA,
SCORE DE VITRINEO OFF,
COMPRA ON, VITRINEO ON Y
COMPRA OFF, FACILITADORES Y
FRENOS DEL PERÍODO, ETC.

VESTUARIO	vestuario hombre, mujer, ropa interior y lencería, niño o niña	VIAJES	pasajes, alojamiento, Rent a car, bolsos y maletas
CALZADO	calzado hombre, mujer, niña o niño, calzado deportivo, vestuario deportivo	ALIMENTACIÓN Y DELIVERIES	comida a domicilio (delivery), bebestibles no alcohólicos, vinos, cervezas y licores, frutas y verduras
DEPORTES	bicicletas, equipamiento y accesorios deportivos	ENTRETENCIÓN	tickets espectáculos, tickets conciertos, tickets cine, tickets otras actividades de entretenimiento, videojuegos y accesorios, música, cómics y juguetes coleccionables, radiocontrolados (drones, automóviles, etc.) y juegos de salón
TECNOLOGÍA	computación, electrodomésticos, cuidado personal, climatización, televisión e imagen, audio, fotografía y video, telefonía y videojuegos	MASCOTAS	alimentación, vestuario y accesorios y medicamentos
ELECTROHOGAR	línea blanca, electrodomésticos, cuidado personal y climatización	COCINA Y MANUALIDADES	artículos para cocinar, artículos para repostería y artículos para manualidades
MUEBLES Y DECORACIÓN	iluminación, muebles, decoración, alfombras, artículos de temporada, colchones, ropa de cama, colchones, camas y ropa de cama	INMOBILIARIO	casa y departamento
MEJORAMIENTO DEL HOGAR	herramientas, menaje, parrillas, ferreterías, materiales, dimatización	AUTOMOTRIZ	automóviles, accesorios, neumáticos, baterías, repuestos
ACCESORIOS Y REGALOS	relojes, joyas, regalos, libros infantiles, libros para adultos, bolsos, carteras		
BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL	cremas, lociones, maquillaje, perfumería, productos para el cabello, SPA, masajes, depilación		
INFANTIL	coches y sillas para automóviles, juguetes y rodados		

PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

CONTENIDO POR PERIODOS Y OLAS TRIMESTRALES DESDE EL 2017 A LA FECHA

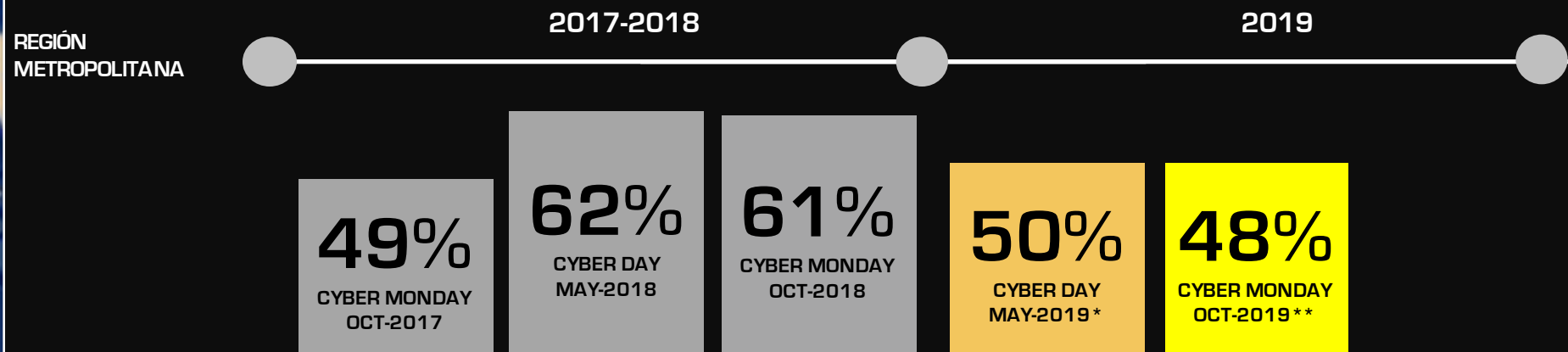




RESULTADOS GENERALES
CYBER MONDAY OCT-2019

BAJO LA NUEVA MODALIDA DE ESTUDIO, LA MITAD DE LOS POTENCIALES USUARIOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO, REALIZARON AL MENOS UNA COMPRA EN EL CYBER MONDAY DE OCT-2019
CIFRAS REGIÓN METROPOLITANA

COMPARATIVO DE % DE USUARIOS CON ACCESO A INTERNET QUE REALIZARON COMPRAS PERIODOS CYBER



*Primera Medición Específica (Bajo Modalidad Express). No se incluye dentro del periodo de registro de compras normales trimestrales. Se realiza una semana después de concluido el evento.

**Segunda Medición Específica Express Cyber.. Un 10% de los casos fueron respondidos luego del 18 Oct.

EN REGIONES HAY UN AJUSTE., CONSIDERANDO LAS CIFRAS DEL CYBER DAY DEL COMIENZOS DE AÑO, YA QUE SE INCORPORARON NUEVAS REGIONES A LA MUESTRA (IV Y VI)

CIFRAS REGIONES

COMPARATIVO DE % DE USUARIOS CON ACCESO A INTERNET QUE REALIZARON COMPRAS PERIODOS CYBER

REGIONES

2017-2018

2019

52%
CYBER MONDAY
OCT-2018

56%
CYBER DAY
MAY-2019 *

48%
CYBER MONDAY
OCT-2019 **

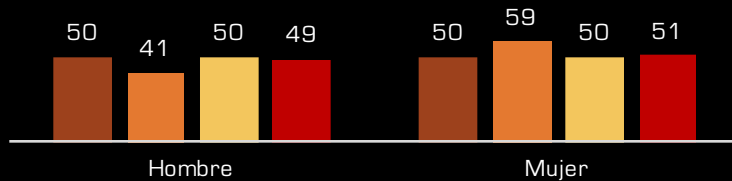
*Primera Medición Específica (Bajo Modalidad Express). No se incluye dentro del periodo de registro de compras normales trimestrales. Se realiza una semana después de concluido el evento.

**Segunda Medición Específica Express Cyber.. Un 10% de los casos fueron respondidos luego del 18 Oct.

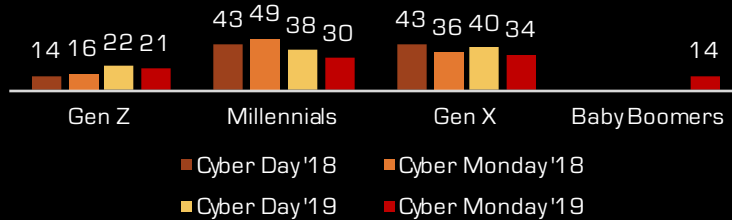
SIGUE AUMENTANDO LA PARTICIPACIÓN DEL PERFIL C3D DENTRO DEL TOTAL DE USUARIOS.
 PERFIL DEL USUARIO

30%
 NUNCA HABÍAN COMPRADO EN UN EVENTO DE CYBER (SON NUEVOS)

SEXO



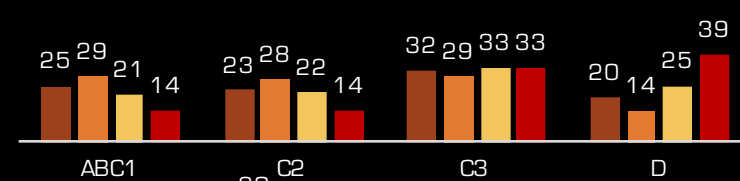
GENERACIONES



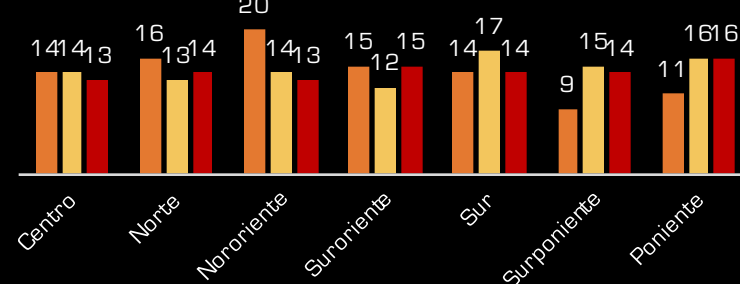
GEN.Z 14-24	MILLENNIALS 27-38	GEN.X 40-55
-----------------------	-----------------------------	-----------------------

Base: 267 RM 116 Regiones

NIVEL SOCIOECONÓMICO



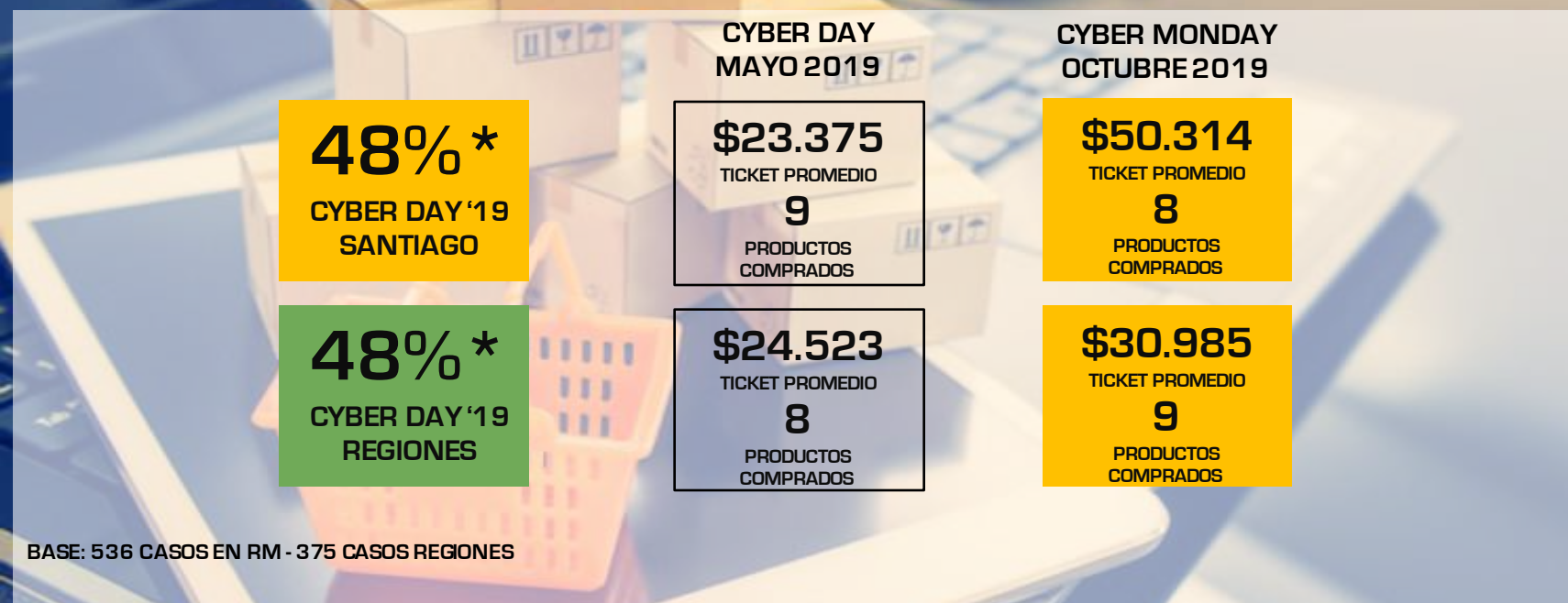
ZONAS RM



Centro: Santiago, Estación Central, San Joaquín, San Miguel, Pedro Aguirre Cerda, **Norte:** Conchalí, Huechuraba, Independencia, Quilicura, Recoleta, Renca, Colina, **Nororiente:** La Reina, Las Condes, Lo Barnechea, Ñuñoa, Providencia, Vitacura, **Suroriente:** La Florida, La Granja, Macul, Puente Alto, Pirque, San José de Maipo, Peñalolén, **Sur:** El Bosque, La Cisterna, La Pintana, Lo Espejo, San Ramón, San Bernardo **Surponiente:** Cerrillos, Maipú, Talagante, Padre Hurtado, **Poniente:** Cerro Navía, Lo Prado, Pudahuel, Quinta Normal

ENTRE LOS COMPRADORES DEL EVENTO, HAY UNA MEJORA EN EL TICKET PROMEDIO EN EL EVENTO DE OCTUBRE VS EL EVENTO DE MAYO.

TICKET PROMEDIO GENERAL (DECLARADO)



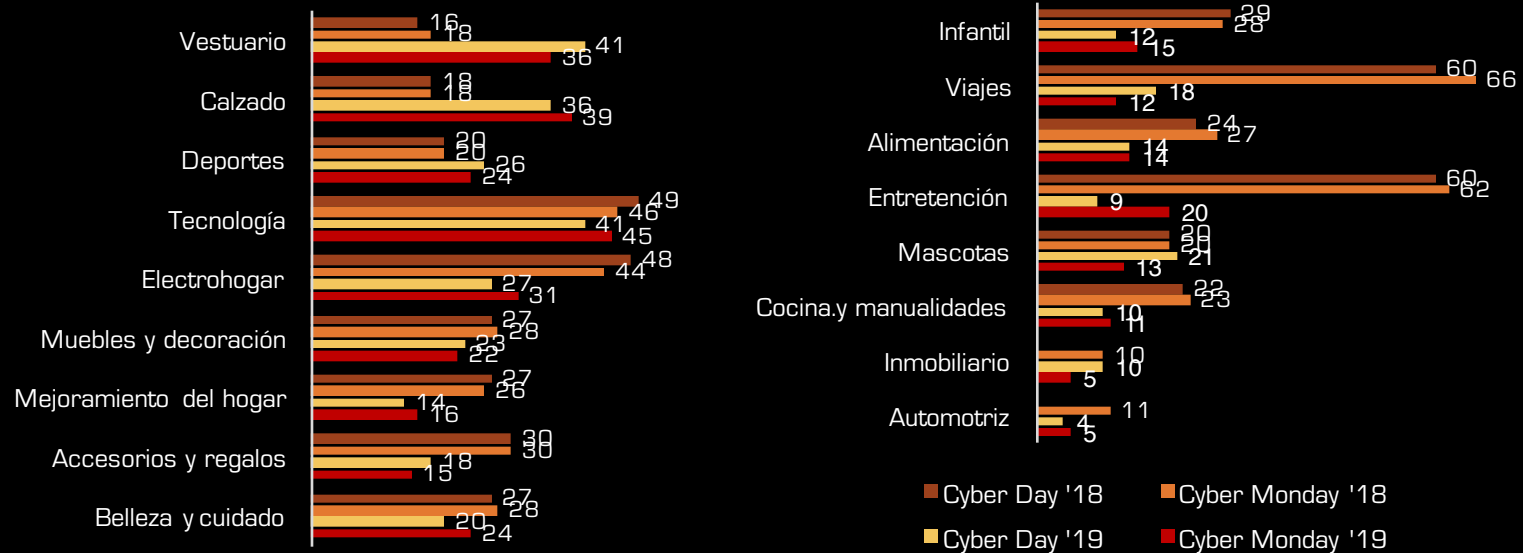
BASE: 536 CASOS EN RM - 375 CASOS REGIONES



ANÁLISIS POR CATEGORIA
EVENTO CYBER MONDAY OCT-2019

EN SANTIAGO, EL CYBER MONDAY SE CONSOLIDA COMO UN EVENTO MULTICATEGORÍA, FRENTE A UN 2018 QUE ESTUVO MARCADO POR LOS VIAJES Y ENTRETENCIÓN

% DE CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR CATEGORÍA ENTRE EVENTOS CYBER (REGIÓN METROPOLITANA)



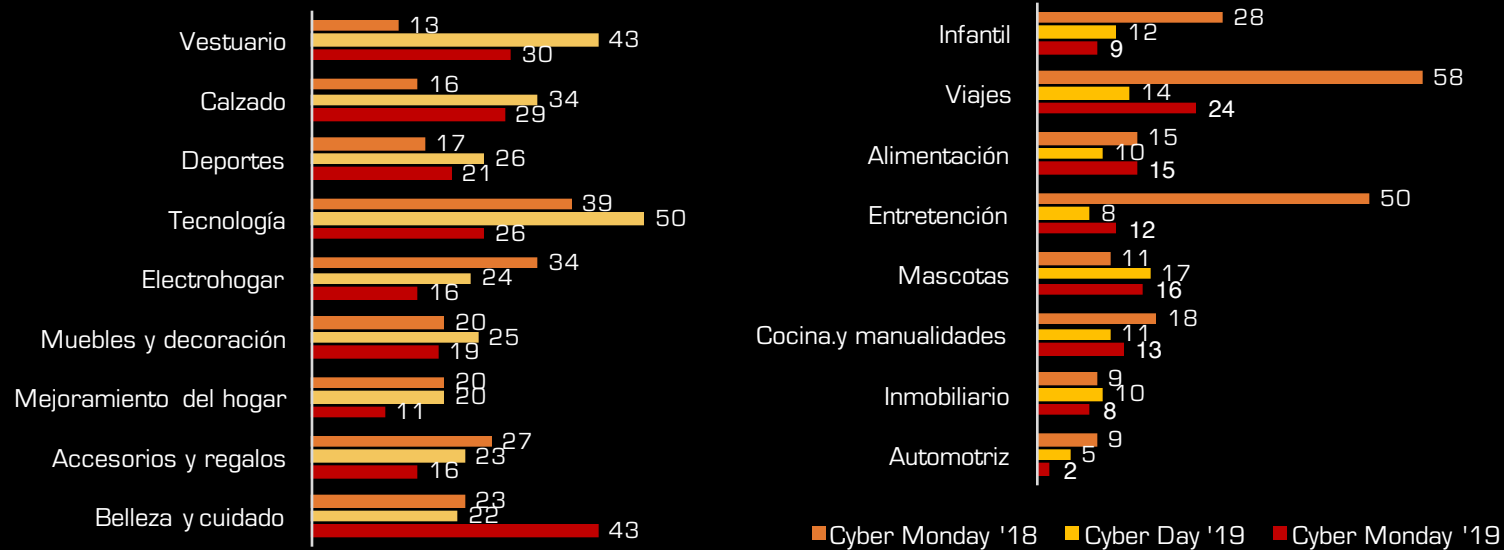
Base: 536 RM

% Base original (18 a 55 años-II, V, VIII regiones): Vestuario 35 RM/34 Regiones, Calzado 37/33, Deportes 24/25, Tecnología 49/30, Electrohogar 29/17, Muebles y decoración 23/22, Mejoramiento del hogar 15/9, Accesorios y regalos 17/17, Belleza y cuidado personal 25/39, Infantil 19/11, Viajes 12/27, Alimentación 17/18, Entretención 22/12, Mascotas 14/18, Cocina y manualidades 11/14, Inmobiliario 6/10, Automotriz 3/1

VESTUARIO: MUJER, HOMBRE Y NIÑO
 INFANTIL: RODADOS Y JUGUETES
 DEPORTES: VESTUARIO, ZAPATILLAS Y EQUIPAMIENTO
 MASCOTAS: ACCESORIOS, COMIDA
 ALIMENTACIÓN: SUPERMERCADO
 AUTOMOTRIZ: ACCESORIOS, REPUESTOS

EN REGIONES SUCEDE UN FENÓMENO SIMILAR, AUNQUE CON UNA IMPORTANTE ALZA EN BELLEZA Y CUIDADO

% DE CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR CATEGORÍA ENTRE EVENTOS CYBER (REGIONES)



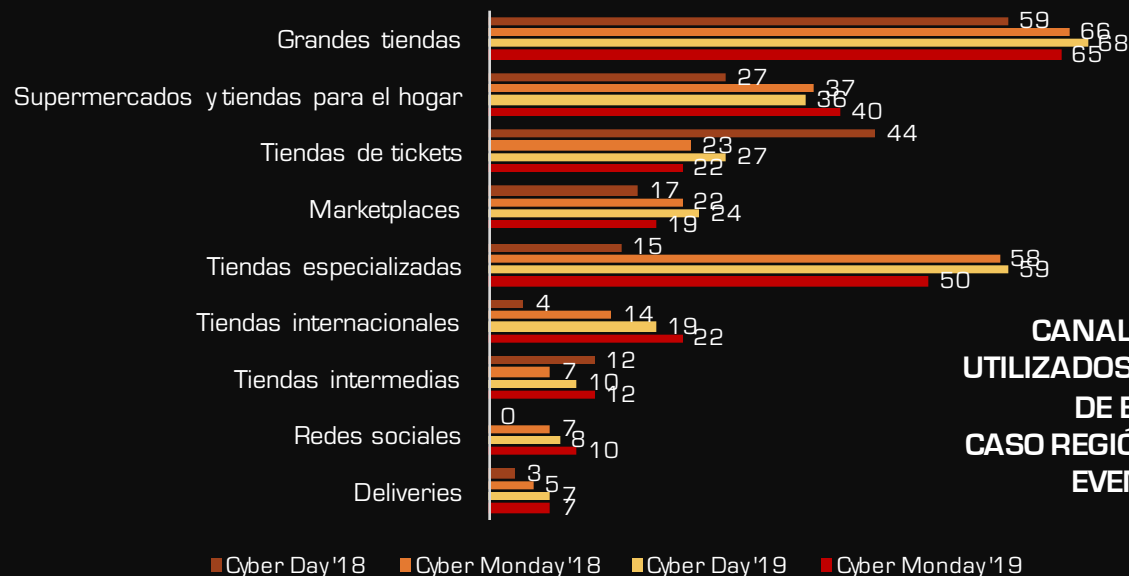
Base: 375 Regiones

% Base original (18 a 55 años-II, V, VIII regiones): Vestuario 35 RM/34 Regiones, Calzado 37/33, Deportes 24/25, Tecnología 49/30, Electrohogar 29/17, Muebles y decoración 23/22, Mejoramiento del hogar 15/9, Accesorios y regalos 17/17, Belleza y cuidado personal 25/39, Infantil 19/11, Viajes 12/27, Alimentación 17/18, Entretención 22/12, Mascotas 14/18, Cocina y manualidades 11/14, Inmobiliario 6/10, Automotriz 3/1

VESTUARIO: MUJER, HOMBRE Y NIÑO
 INFANTIL: RODADOS Y JUGUETES
 DEPORTES: VESTUARIO, ZAPATILLAS Y EQUIPAMIENTO
 MASCOTAS: ACCESORIOS, COMIDA
 ALIMENTACIÓN: SUPERMERCADO
 AUTOMOTRIZ: ACCESORIOS, REPUESTOS

ESTABILIDAD EN LOS CANALES DE COMPRA QUE MANTIENE A LAS GRANDES TIENDAS Y A LOS SUPERMERCADOS Y TIENDAS PARA EL HOGAR COMO LA PRINCIPAL PLATAFORMA PARA LA COMPRA EN E-COMMERCE. LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS -FOCO EN UNA CATEGORÍA- SE MUESTRAN TAMBIÉN COMO CLAVES. ¿Maduración del tipo compras en este tipo de eventos?

REGION METROPOLITANA

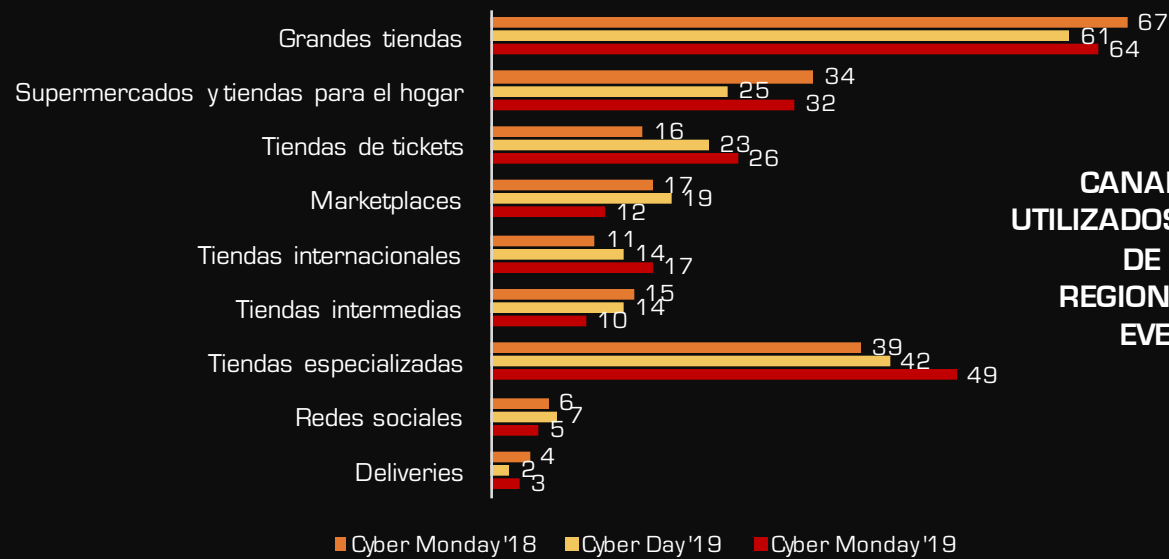


CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR LOS USUARIOS DE ECOMMERCE CASO REGIÓN METROPOLITANA EVENTOS CYBER

Base: 536 RM

EN REGIONES, LAS GRANDES TIENDAS TAMBIÉN MANTIENEN SU CLARO LIDERAZGO, ACOMPAÑADOS POR LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS.

REGIONES



**CANALES DE COMPRA
UTILIZADOS POR LOS USUARIOS
DE ECOMMERCE
REGIONES II, IV, V, VI Y VIII
EVENTOS CYBER**

Base: 375 Regiones



DESPACHO / ÚLTIMA MILLA /
PROBLEMAS. CYBER MONDAY OCT-
2019

TANTO EL DESPACHO AL HOGAR COMO EL PICK-UP MANTIENEN SU RELEVANCIA COMO MÉTODO DE ENTREGA
 TIPOS DE DESPACHOS UTILIZADOS EN COMPRAS DE ECOMMERCE - CYBER MONDAY 2019

	REGIÓN METROPOLITANA				REGIONES (II, IV, V, VI Y VIII)		
	CYBER MONDAY 2019	CYBER DAY 2019	CYBER MONDAY 2018	CYBER DAY 2018	CYBER MONDAY 2019	CYBER DAY 2019	CYBER MONDAY 2018
LO FUERON A DEJAR A MI HOGAR / ELEGÍ ESE FORMATO	73%	71%	67%	71%	55%	57%	67%
LO FUI A RETIRAR A UNA GRAN TIENDA / ELEGÍ ESE FORMATO	57%	67%	62%	56%	61%	77%	63%
LO FUI A RETIRAR A OTRO TIPO DE TIENDA / ELEGÍ ESE FORMATO	22%				27%		
NO APLICÓ DESPACHO	9%	3%	-	-	6%	4%	-
ME PUSE DE ACUERDO EN UN LUGAR DE LA ENTREGA	5%	5%	-	-	0%	5%	-
LO FUI A RETIRAR A OFICINA O CASILLA DE UN SERVICIO DE ENTREGAS / ELEGÍ ESE FORMATO	6%	9%	11%	-	3%	17%	18%
DESPACHO VIRTUAL	9%	-	-	-	7%	-	-

BASE 536 RM Y 375 REGIONES

LAB

INSIGHT RESEARCH STRATEGY

PROBLEMAS DE DESPACHO PRINCIPALES CATEGORÍAS*

CYBER MONDAY 2019

REGION
METROPOLITANA

16%

CYBER-DAY 2019

12%

ALIMENTACIÓN

VESTUARIO GENERAL

INFANTIL (NO
VESTUARIO)

REGIONES

6%

CYBER DAY- 2019

10%

DEPORTES

COCINA /
MANUALIDADES

* NOTA: SE CONSIDERAN LOS PROBLEMAS DE DESPACHO DETECTADOS UNA SEMANA DESPUÉS DE SU COMPRA. EN EL 15% DE LOS ENCUESTADOS ESTBAN EN PLENO PROCESO DE ESTALLIDO SOCIAL QUE PUDIESE HABER AFECTADO LA TASA DE PROBEMAS (AUMENTO).



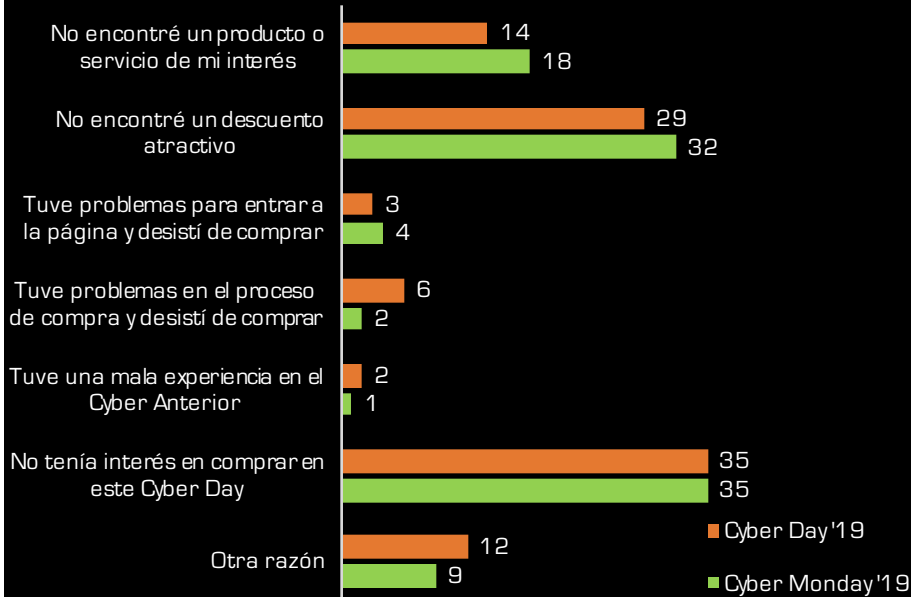
EVALUACIÓN DEL EVENTO
CYBER MONDAY OCT-2019

EX ANTE: FALTA DE ATRACTIVO DE LOS DESCUENTOS Y LA SIMPLE FALTA DE INTERÉS SON LOS PRINCIPALES MOTIVOS PARA NO COMPRAR EN CYBER MONDAY

PROBLEMAS DE EXPERIENCIA USUARIO CYBER

PROBLEMAS EX ANTE (SIN COMPRA)

REGIÓN METROPOLITANA



REGIONES (II, IV, V, VI Y VIII)

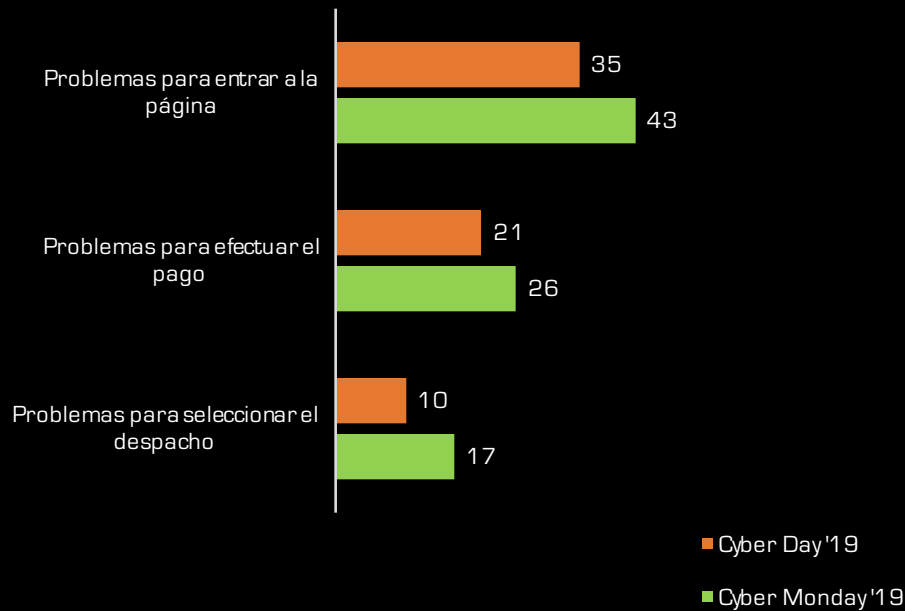


EX POST: ADEMÁS DE SER EL PROBLEMA PRINCIPAL EXPERIMENTADO EN LA COMPRA, LOS PROBLEMAS EN LA PÁGINA DEL CYBER AUMENTAN

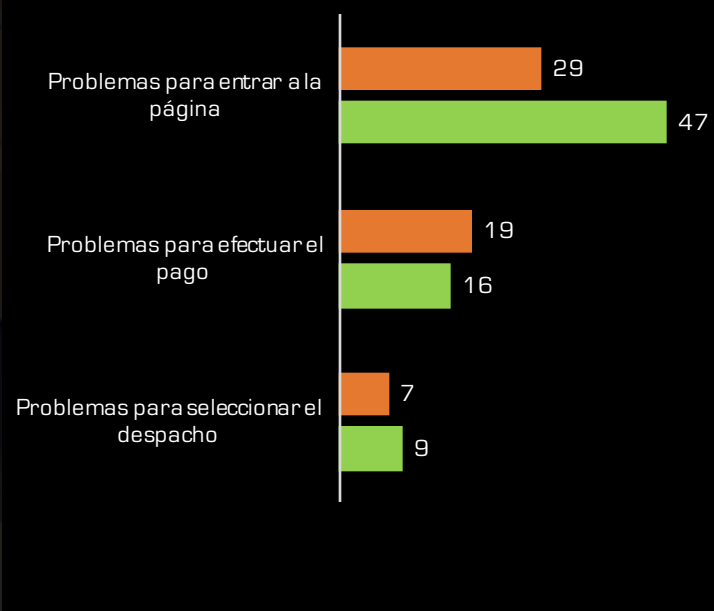
PROBLEMAS DE EXPERIENCIA USUARIO CYBER

PROBLEMAS EX POST (CON COMPRA)

REGIÓN METROPOLITANA

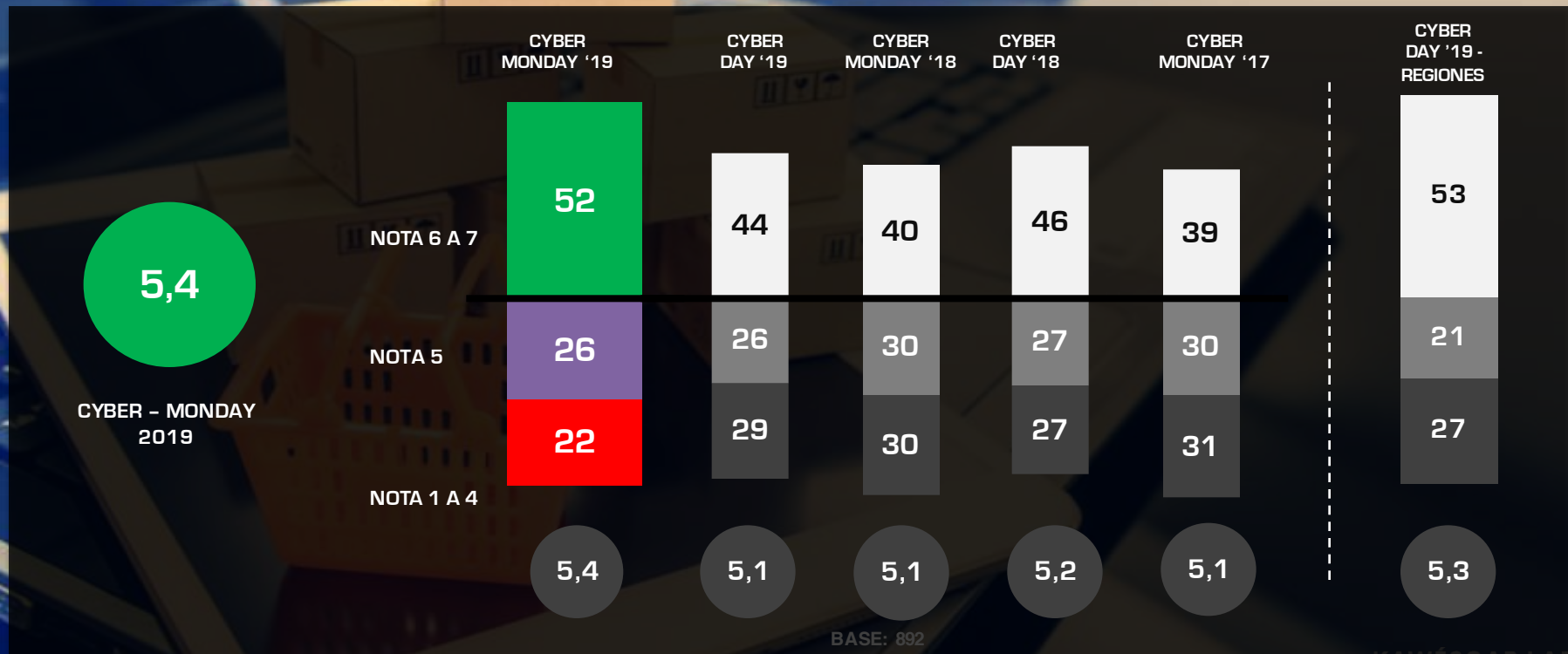


REGIONES (II, IV, V, VI Y VIII)



LA EVALUACIÓN DEL CYBER MEJORA EN SANTIAGO, ROMPIENDO LA ESTABILIDAD CON QUE SE HABÍA EVALUADO HISTÓRICAMENTE EL EVENTO

EVALUACIÓN EVENTO CYBER- REGION METROPOLITANA + REGIONES



SE APRECIA UNA MEJORA GENERAL EN TODOS LOS INDICADORES DEL EVENTO
 EVALUACIÓN ATRIBUTOS ESPECÍFICOS EVENTO CYBER MONDAY-2019

	PUBLICIDAD	VARIEDAD	DESPACHO	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	FUNCIONAMIENTO WEB	ASESORÍA	OFERTAS Y PRECIOS
CYBER MONDAY 2019	5.5	5.4	5.7	5.2	5.1	4.8	4.8
CYBER DAY 2019	5.6	5.2	4.9	4.9	4.8	4.5	4.4
CYBER MONDAY 2018	5.6	5.3	5.1	4.8	5.0	4.5	4.5
CYBER DAY 2018	5.6	5.4	5.0	4.8	5.1	4.5	4.7
CYBER MONDAY 2017	5.6	5.1	4.8	4.5	4.8	4.3	4.5

PANEL DE COMPORTAMIENTO DE USO Y COMPRAS COMERCIO ELECTRÓNICO

SANTIAGO Y REGIONES

REPORTE EXPRESS
CYBER MONDAY OCT 2019

CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO
CCS



KAWESQAR LAB
INSIGHT RESEARCH STRATEGY