

CONSUMO ONLINE EN ÉPOCA DE PANDEMIA



Mayo, 2020

METODOLOGÍA

Estudio Cuantitativo en base a encuestas **online**, a hombres y mujeres de 18 años o más, de los niveles socioeconómicos C1C2C3, residentes en Santiago.

316 Casos distribuidos de la siguiente manera:

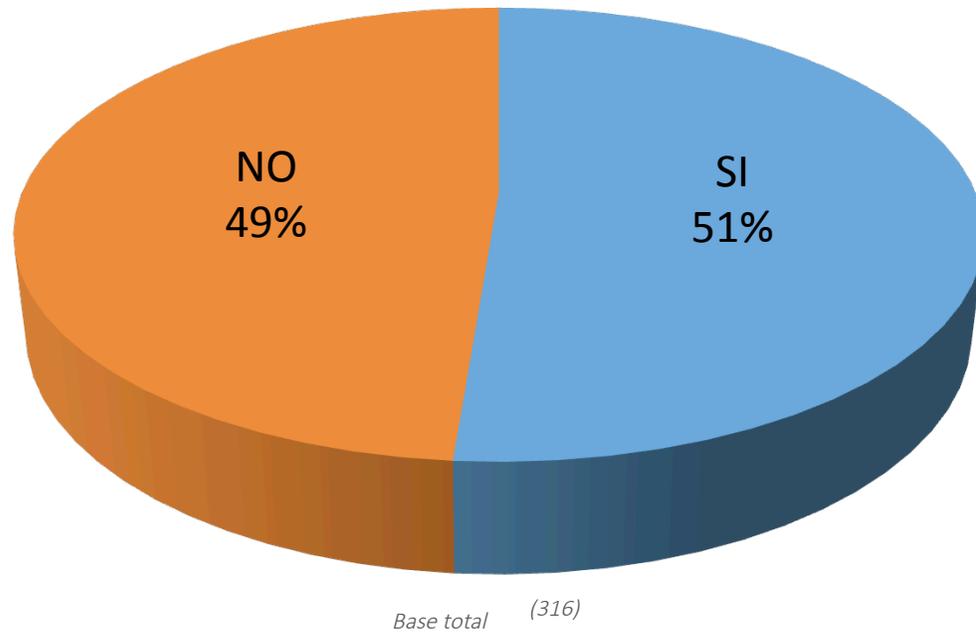
Hombres y Mujeres	C1	C2	C3	Total
18-24	32	25	29	86
25-45	78	37	56	171
46 y más	25	15	19	59
Total	135	77	104	316

*La recolección de información fue entre el 16 y 29 de Abril del 2020. En este período la Región Metropolitana no se encontraba en cuarentena total obligatoria.

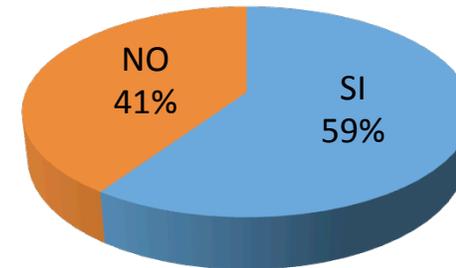
**Los datos fueron ponderados por GSE.

TENENCIA DE HIJOS RESUMEN

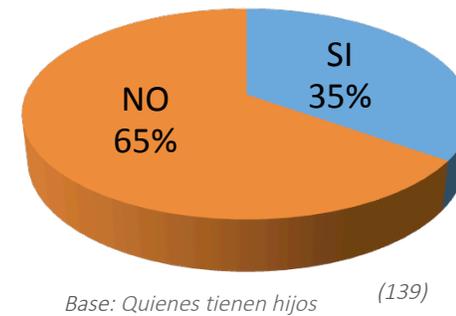
¿Tienes hijos?



¿Tienes hijos en edad escolar estudiando en casa online?



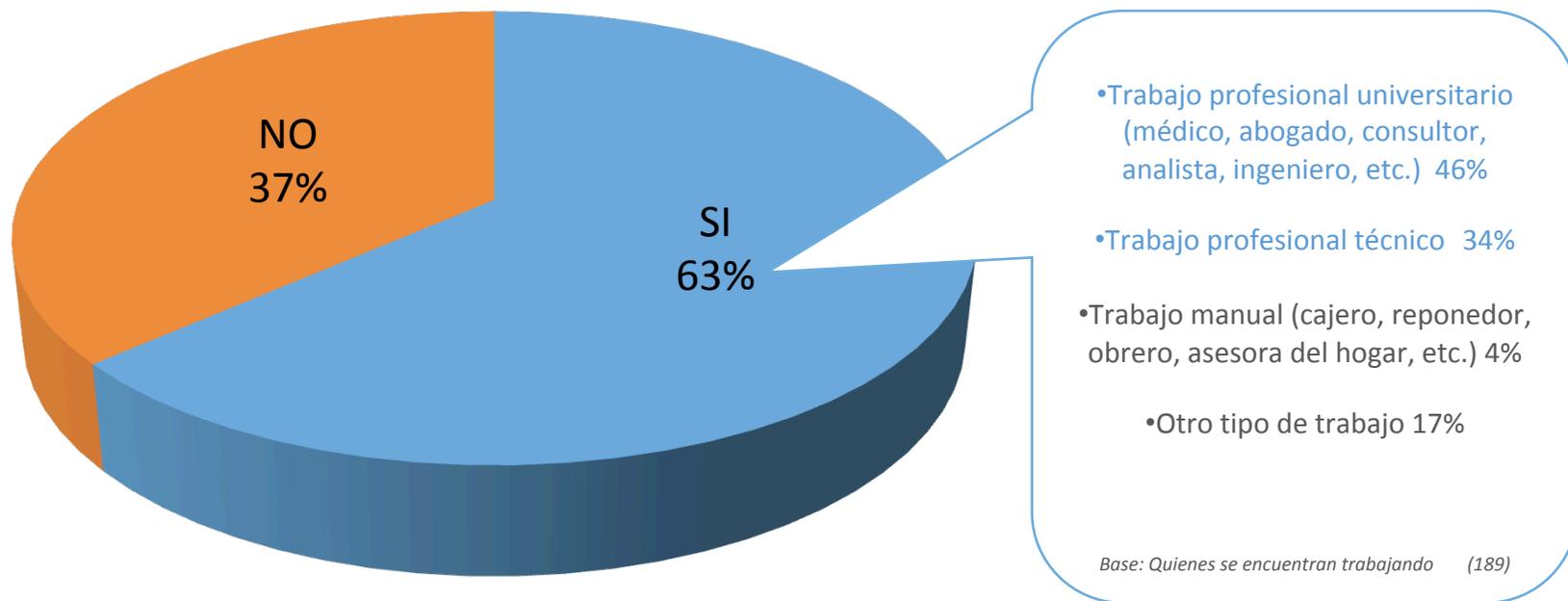
¿Tienes hijos universitarios estudiando en casa online?



ESTADO LABORAL ACTUAL

PORCENTAJE DE TRABAJO DE FORMA REMUNERADA

A5) ¿Te encuentras trabajando de forma remunerada actualmente?



Base total (316)

	Total	Hombre	Mujer	C1	C2	C3	18-24	25-45	46 y más
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
		a	b	c	d	e	f	g	h
SI	63	65	63	61	71	59	35	71 _f	69
Base Total	(316)	(82)	(234)	(135)	(77)	(104)	(86)	(171)	(59)

ESTADO LABORAL ACTUAL

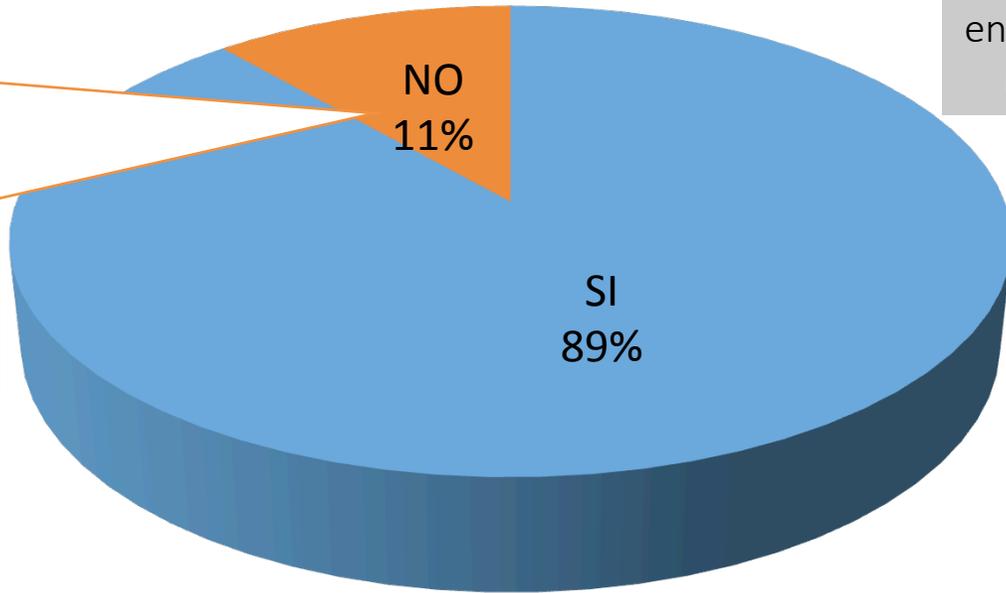
¿HAS PODIDO TRABAJAR DESDE TU CASA?

A7) Debido a la crisis sanitaria que estamos viviendo, ¿has podido trabajar desde tu casa?

El teletrabajo generó alta demanda por productos de tecnología, artículos de librería y muebles de escritorio. Se potencia la sección Home Office en el retail, y como espacio valorado en mercado inmobiliario habitacional.

- Solo se puede hacer presencial 68%
- Trabajo en salud 20%
- Aún no habilitan el trabajo remoto 6%
- La empresa no dio dicho beneficio 6%

Base: Quienes se encuentran trabajando (189)



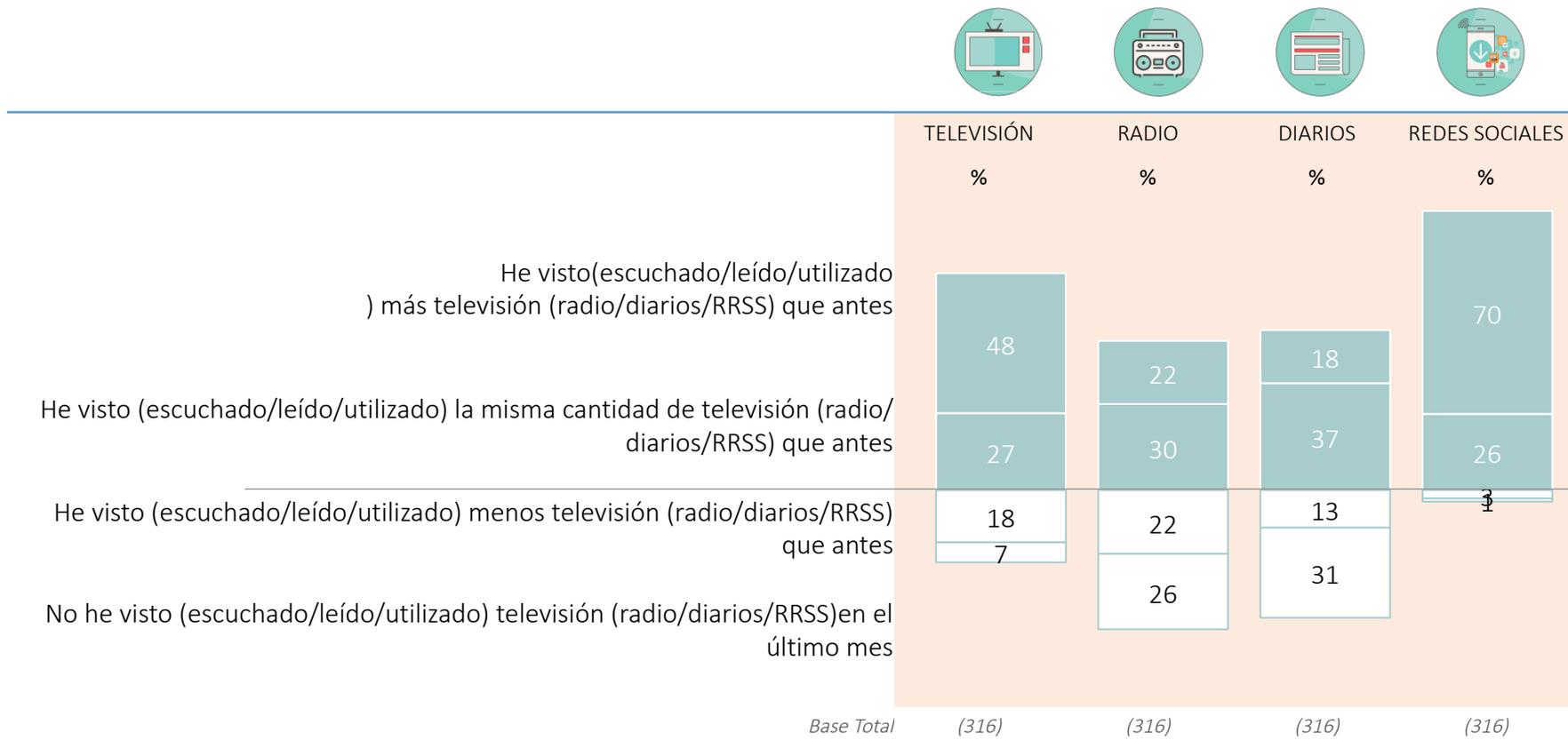
Base: Quienes se encuentran trabajando (189)

	Total	Hombre	Mujer	C1	C2	C3	18-24	25-45	46 y más
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
		a	b	c	d	e	f	g	h
SI	89	82	91	90	89	88	66	91 _f	92 _f
	(189)	(52)	(137)	(80)	(49)	(60)	(*29)	(122)	(38)

Base: Quienes se encuentran trabajando

CONSUMO DE MEDIOS TOTAL

A9.1) ¿Cuál de las siguientes opciones crees que se acerca más a tu consumo de (medio) en el último mes?



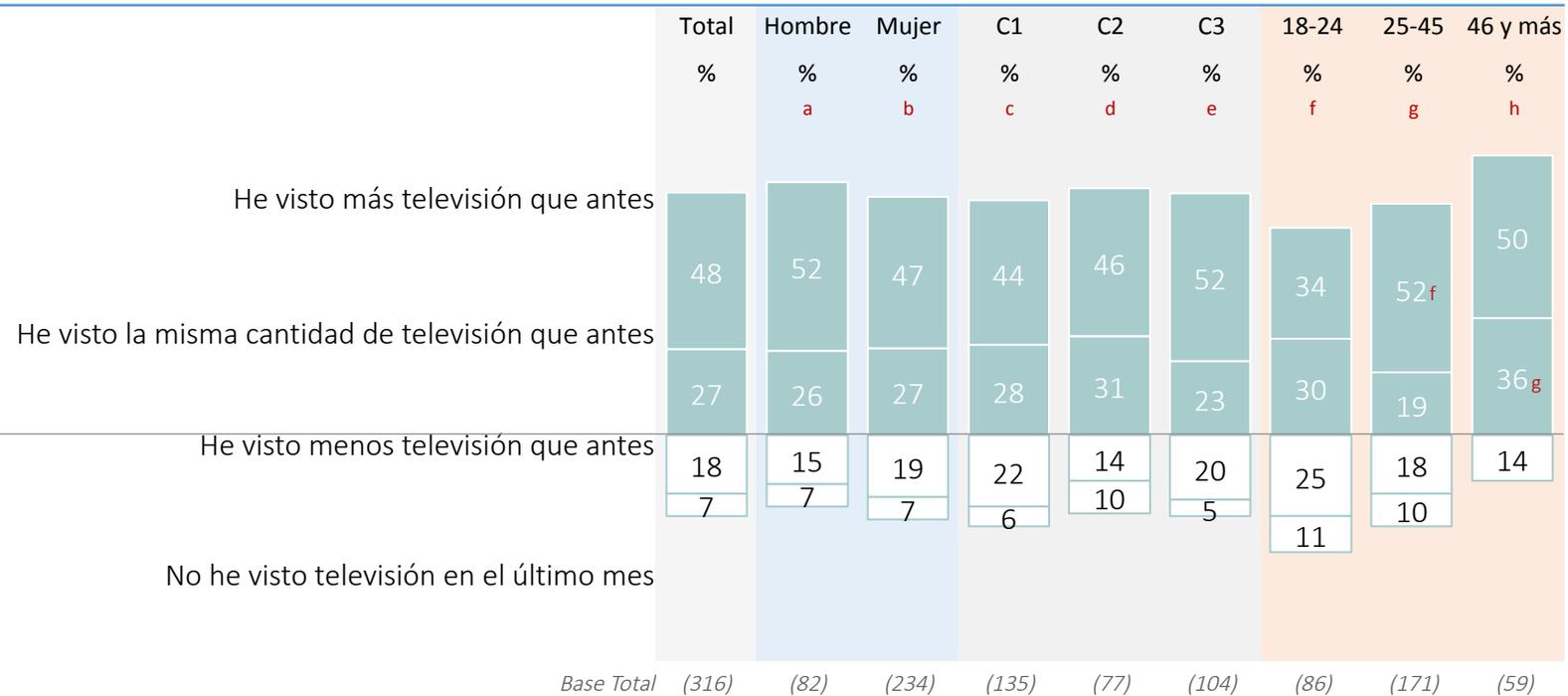
Televisión y Redes Sociales son los medios que aumentan consumo

CONSUMO DE MEDIOS

TELEVISIÓN

A9.1) ¿Cuál de las siguientes opciones crees que se acerca más a tu consumo de televisión en el último mes?

Siendo el segmento más distante de la TV, uno de cada tres jóvenes declara estar viendo más televisión que antes.

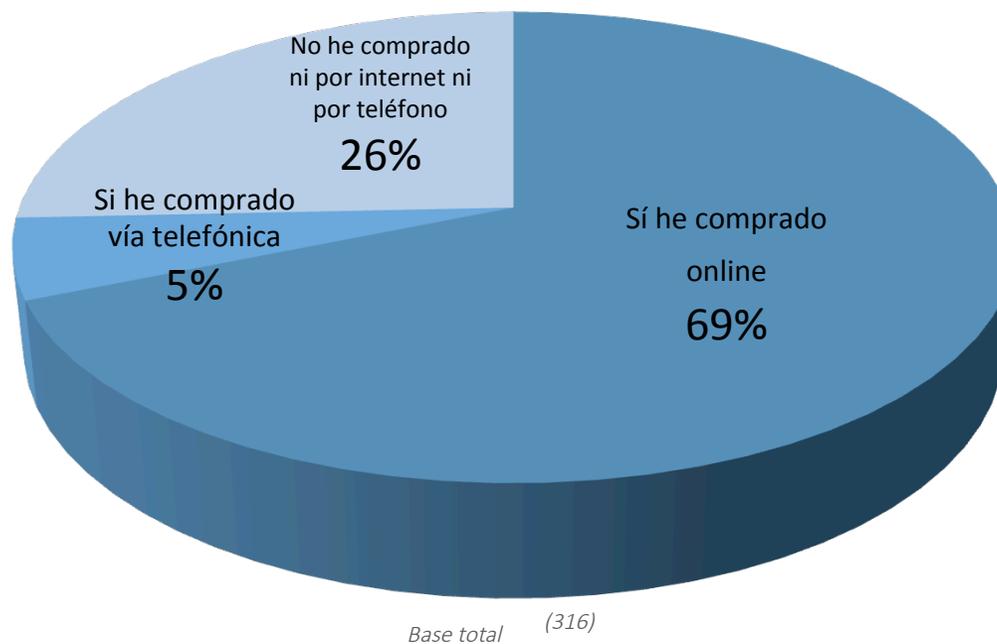


COMPRA ONLINE / TELEFÓNICA

LUGARES DE COMPRA

B1) Has comprado por vía online o telefónica en el último mes? // B2) En cuál o cuáles lugares has comprado por vía remota (online o telefónica) en el último mes?

Las compras online se concentran en comida (preparada y supermercados), grandes tiendas y marketplaces.



- Pedidos Ya 26%
 - Uber Eats 21%
 - Jumbo 20%
 - Falabella 20%
 - Cornershop 18%
 - Líder 17%
 - Ripley 14%
 - Rappi 13%
 - Mercadolibre 13%
 - Sodimac 11%
 - Aliexpress 11%
 - París 10%
- Base: Quienes han comprado vía internet o telefónica (236)

	Total	Hombre	Mujer	C1	C2	C3	18-24	25-45	46 y más
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
		a	b	c	d	e	f	g	h
Sí he comprado online	69	71	70	76	70	68	67	75	64
Si he comprado vía telefónica	5	3	7	4	5	6	5	5	7
No he comprado ni por internet ni por teléfono	26	28	26	23	28	26	28	24	29
Base Total	(316)	(82)	(234)	(135)	(77)	(104)	(86)	(171)	(59)

COMPRA ONLINE / TELEFÓNICA

LUGARES DE COMPRA

B2) En cuál o cuáles lugares has comprado por vía remota (online o telefónica) en el último mes?

	Total	Hombre	Mujer	C1	C2	C3	18-24	25-45	46 y más	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
		a	b	c	d	e	f	g	h	
Deliveries de comida son más comunes en segmento C3 y hasta 45 años.	Pedidos Ya	26	26	27	17	20	35	22	34	16
	Uber Eats	21	18	21	17	14	27	34	25	7
	Jumbo	20	25	19	32	20	12	14	14	36
	Falabella	20	25	19	25	10	26	25	20	17
La compra en Farmacias sigue estando a cargo de las mujeres.	Cornershop	18	15	19	24	17	16	2	22	20
	Líder	17	12	18	21	21	11	9	19	18
	Ripley	14	14	14	19	7	17	10	13	18
	Rappi	13	25	9	16	9	15	8	17	11
	Mercadolibre	13	21	10	17	5	18	10	11	18
	Sodimac	11	15	10	14	15	7	10	9	14
	Aliexpress	11	13	10	9	9	13	23	7	10
	París	10	9	11	14	15	5	5	12	11
Una propuesta nueva Feria Delivery/Vega Delivery se puede potenciar post pandemia y cambiar los viajes de compra de alimentos perecibles.	Groupon	8	7	8	11	8	6	6	9	7
	Salcobrand	8	1	10	5	9	8	7	9	7
	Wish	7	2	9	6	5	10	12	6	8
	Cruz Verde	7	1	10	4	9	7	4	6	10
	Linio	7	4	8	7	5	8	4	7	7
	Easy	6	3	7	6	6	6	2	7	7
	Cuponatic	5	7	4	2	3	7	1	7	3
	Amazon	5	3	5	8	2	5	3	5	4

Base: Quienes han comprado vía internet o telefónica (236) (61) (175) (104) (54) (78) (61) (133) (42)

OTRAS MARCAS CON MENOR %

Yapo	4%
Farmacias Ahumada	4%
PC Factory	4%
Dafiti	4%
La feria delivery	3%
Tottus	2%
Adidas	2%
Página de Instagram	2%
La vega delivery	2%
Hites	2%
Tricot	1%
ABCDin	1%
Puma	1%
Corona	1%

Base: Quienes han comprado via internet o telefónica

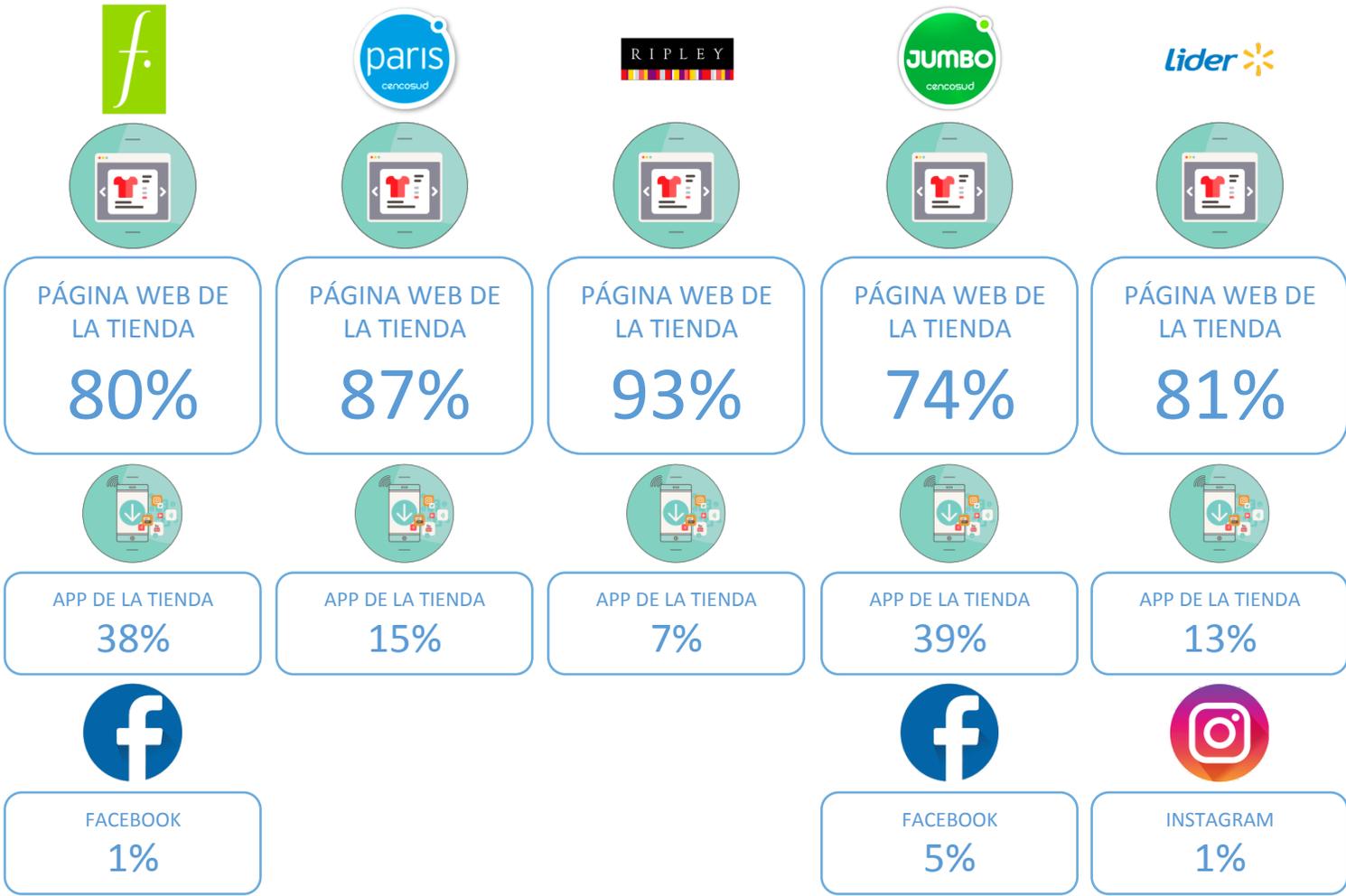
(236)

MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMPRA ONLINE

TOTAL MARCAS RETAIL

B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en (...)?

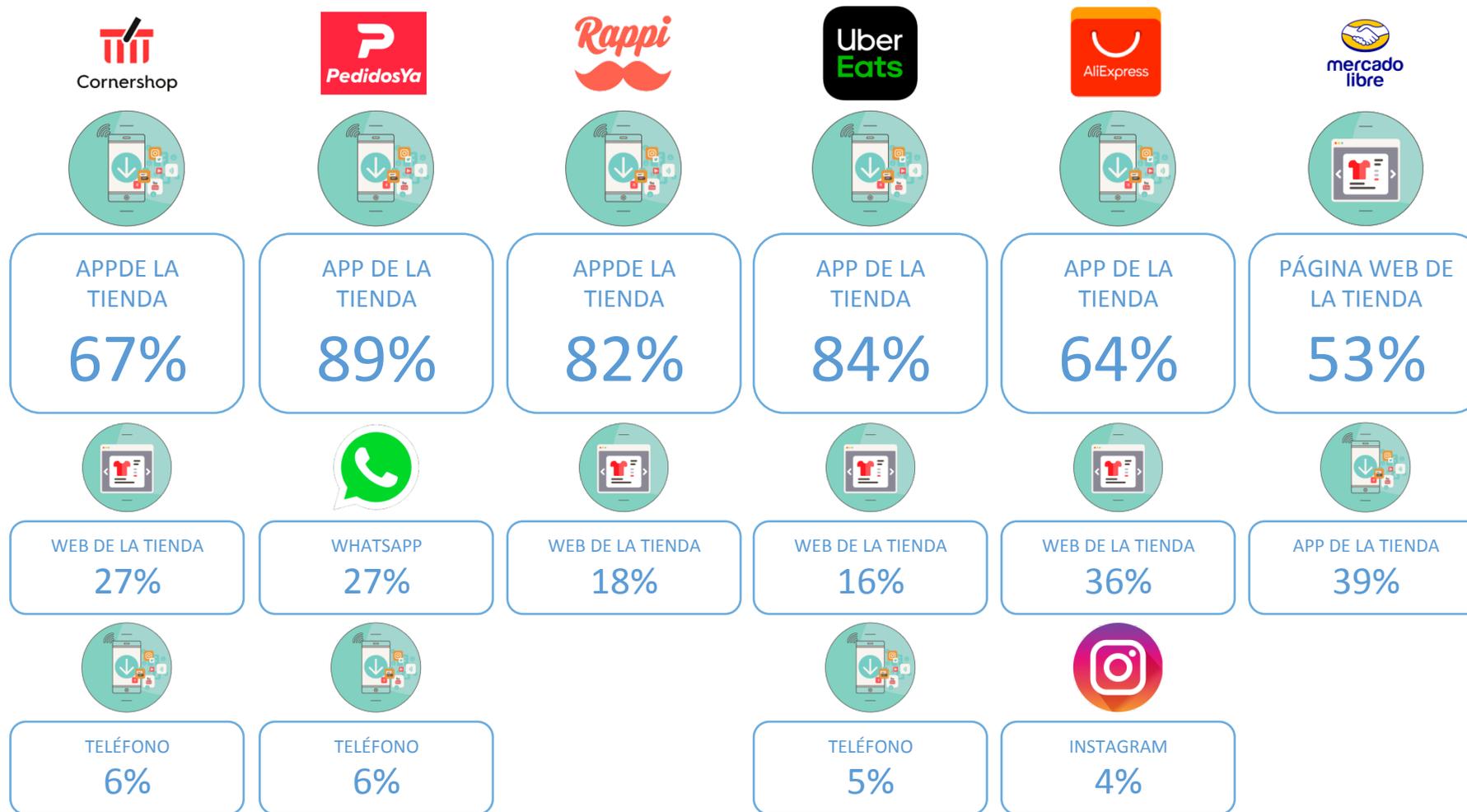
Marcas que han invertido en el desarrollo y publicidad de sus Apps de compra, logran buen porcentaje del flujo de compra a través de esa vía.



MEDIO UTILIZADO PARA EFECTUAR LA COMPRA ONLINE

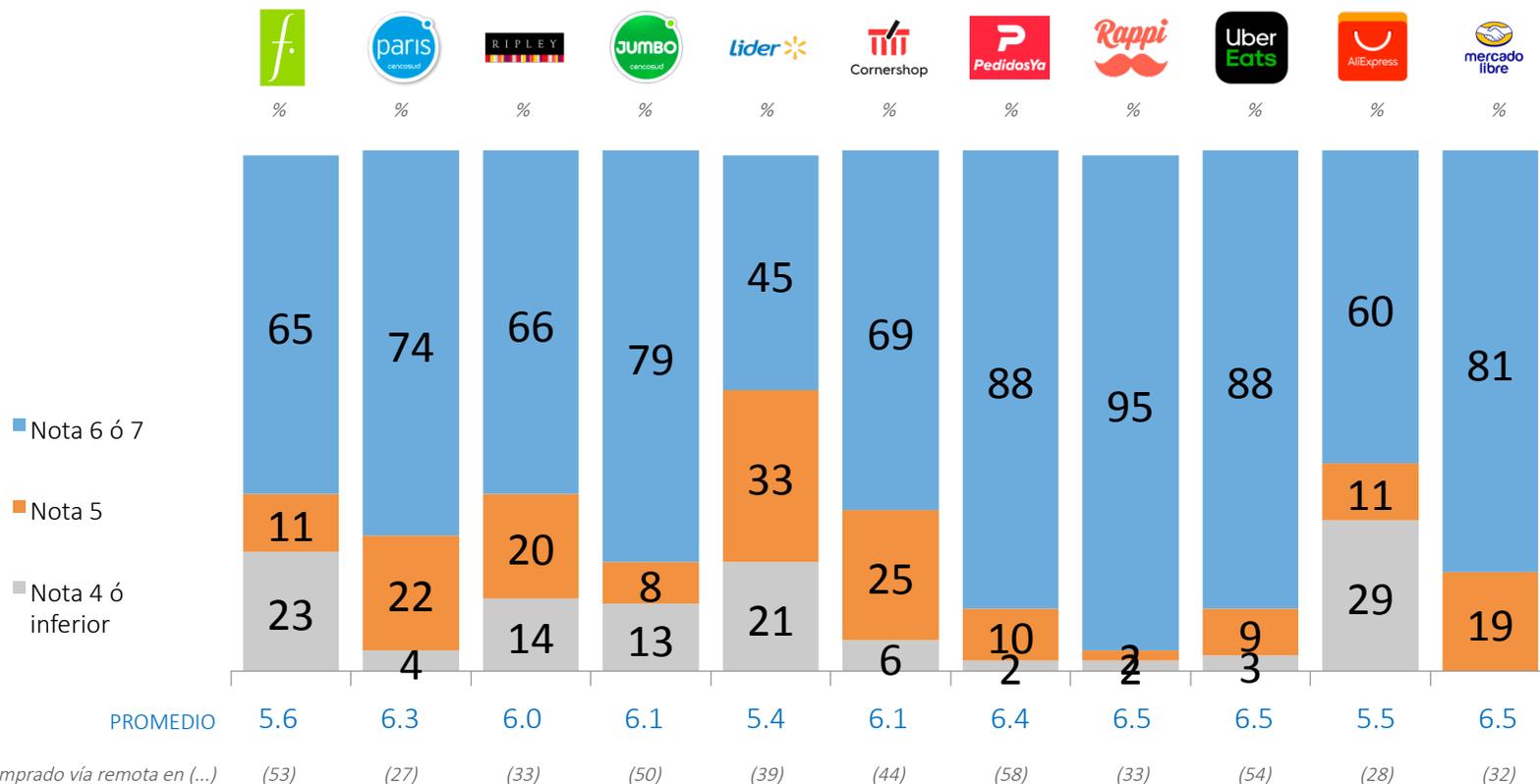
TOTAL MARCAS E-COMMERCE

B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en (...)?



EVALUACIÓN DE LA COMPRA ONLINE TOTAL MARCAS

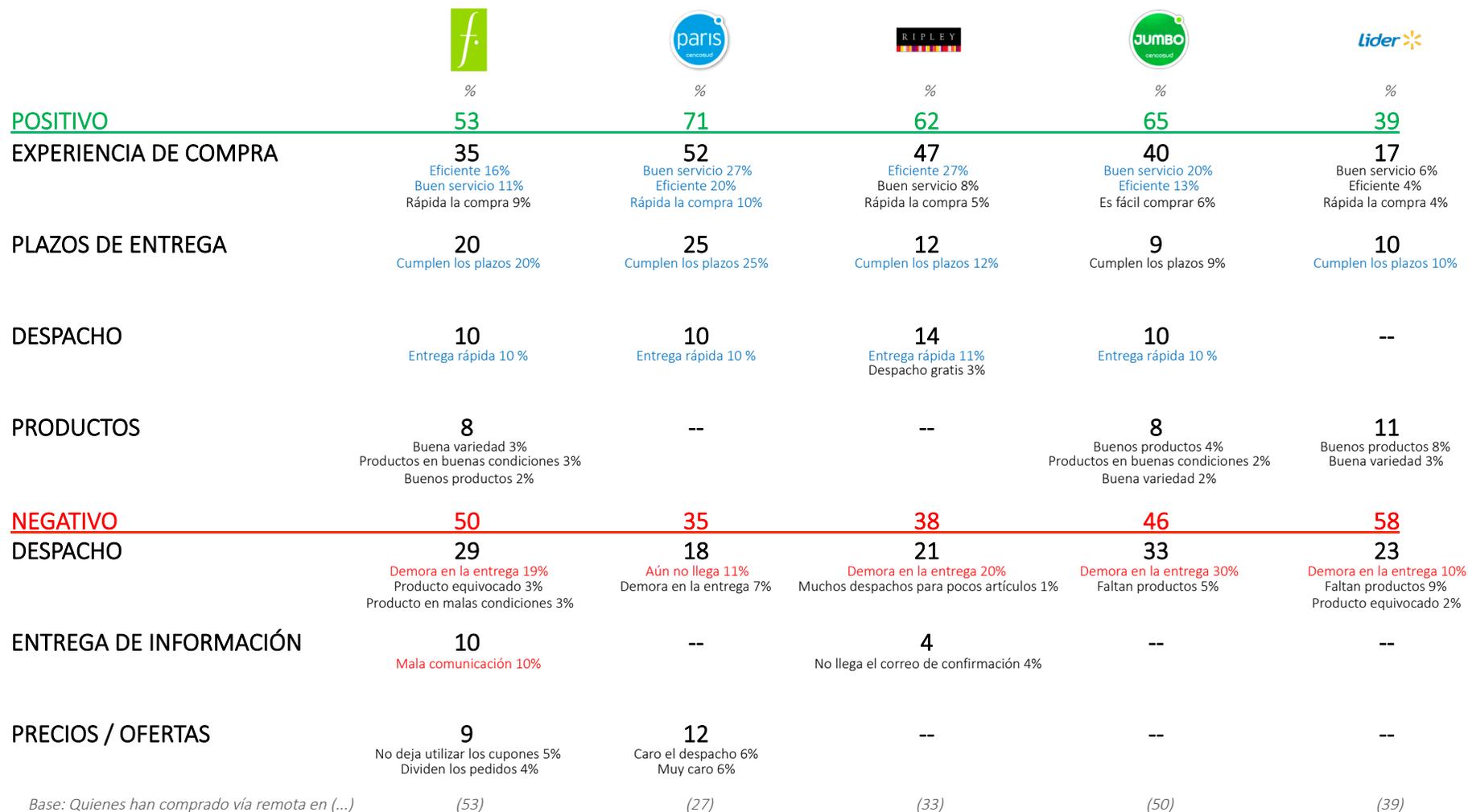
B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota?



MOTIVOS DE EVALUACIÓN DE LA COMPRA ONLINE TOTAL MARCAS RETAIL

Las razones de mala evaluación tienen que ver principalmente con razones de demora en las entregas

B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho?



MOTIVOS DE EVALUACIÓN DE LA COMPRA ONLINE

TOTAL MARCAS E-COMMERCE

B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho?

	 Cornershop	 PedidosYa	 Rappi	 Uber Eats	 AliExpress	 mercado libre
	%	%	%	%	%	%
POSITIVO	62	78	89	86	56	83
EXPERIENCIA DE COMPRA	46 Buen servicio 16% Eficiente 11% Es fácil comprar 10%	53 Eficiente 21% Rápida la compra 14% Rápido todo 13%	64 Buen servicio 29% Rápido todo 21% Rápida la compra 15%	63 Eficiente 37% Buen servicio 11% Rápida la compra 9%	33 Eficiente 16% Es fácil comprar 9% Rápido todo 7%	54 Eficiente 27% Es fácil comprar 13% Buen servicio 8%
PLAZOS DE ENTREGA	7 Cumplen los plazos 7%	7 Cumplen los plazos 7%	--	8 Cumplen los plazos 8%	18 Cumplen los plazos 18%	10 Cumplen los plazos 10%
DESPACHO	7 Entrega rápida 7%	9 Entrega rápida 6% Despacho gratis 2%	11 Entrega rápida 11%	10 Entrega rápida 8% Disponible en más sectores 1% Costo de envío más barato 1%	--	12 Entrega rápida 12%
PRODUCTOS	--	7 Buena variedad 4% Buenos productos 2% Productos en buenas condiciones 1%	7 Buenos productos 7% Buena variedad 3%	10 Productos en buenas condiciones 6% Buena variedad 4%	5 Productos en buenas condiciones 4% Buenos productos 2%	--
NEGATIVO	42	26	17	17	52	16
DESPACHO	23 Demora en la entrega 20% No llegó la compra 2% No había horario de despacho disponible 2%	16 Demora en la entrega 16%	5 Demora en la entrega 3% No llegó la compra 2%	13 Demora en la entrega 9% No llegó la compra 3% Producto en malas condiciones 3%	51 Demora en la entrega 44% Producto equivocado 5% Aún no llega 1%	16 Demora en la entrega 8% No llegó la compra 5% Cambio en fecha de entrega 3%
ENTREGA DE INFORMACIÓN	--	--	--	3 Mala comunicación 3%	--	--
PRECIOS / OFERTAS	--	--	10 Caro el despacho 5% Pocas ofertas 5%	--	5 Pocas ofertas 5%	--
<i>Base: Quienes han comprado vía remota en (...)</i>	(44)	(58)	(33)	(54)	(28)	(32)

TIPO DE PRODUCTO COMPRADO TOTAL MARCAS

B6) ¿Qué tipo de productos compraste en (...) de forma remota?

Categoría tecnología más comprada en Mercado Libre, se condice con que Mercado Libre es más intensivo en compra en hombres que en mujeres, a diferencia de las GT, en que además de la tecnología, son relevantes categorías más afines a las mujeres como ropa y zapatos y belleza.



%

- Ropa y zapatos 37%
- Línea blanca y electro 25%
 - Tecnología 17%
- Artículos de deporte 9%
- Productos de belleza 9%
- Productos de cuidado personal 8%
- Muebles y decoración 7%
- Artículos de librería 4%
- Menaje y ropa de casa 4%
- Otro 13%

(53)



%

- Productos de belleza 24%
- Línea blanca y electro 24%
 - Tecnología 22%
- Menaje y ropa de casa 20%
- Muebles y decoración 6%
- Ropa y zapatos 3%
- Productos de cuidado personal 2%

(27)



%

- Ropa y zapatos 37%
- Tecnología 26%
- Línea blanca y electro 16%
- Artículos de deporte 6%
- Menaje y ropa de casa 5%
- Productos de belleza 3%
- Medicamentos 2%
- Muebles y decoración 2%
- Artículos de librería 1%
- Otro 14%

(33)



%

- Alimentos no perecibles 89%
- Alimentos perecibles 75%
- Productos de limpieza 73%
 - Bebidas 47%
- Cuidado personal 45%
- Artículos de librería 10%
- Productos de belleza 10%
- Menaje y ropa de casa 3%
- Tecnología 1%
- Línea blanca y electro 1%

(50)



%

- Alimentos no perecibles 92%
- Productos de limpieza 63%
- Alimentos perecibles 51%
 - Cuidado personal 36%
 - Bebidas 21%
- Productos de belleza 9%
 - Tecnología 6%
- Línea blanca y electro 1%
- Artículos de librería 1%
- Otro 4%

(39)

Base: Quienes han comprado vía remota en (...)



%

- Alimentos no perecibles 97%
- Alimentos perecibles 66%
- Productos de limpieza 61%
 - Cuidado personal 59%
 - Bebidas 58%
- Productos de belleza 19%
- Artículos de librería 14%
- Línea blanca y electro 9%
- Medicamentos 3%
- Artículos de deporte 1%

(44)



%

- Alimentos perecibles 52%
- Comida rápida/preparada 41%
- Alimentos no perecibles 12%
 - Bebidas 12%
- Medicamentos 6%
- Cuidado personal 3%
- Productos de limpieza 3%
- Artículos de deporte 2%
- Otro 1%

(58)



%

- Comida rápida/preparada 57%
- Alimentos perecibles 40%
- Alimentos no perecibles 10%
 - Bebidas 7%
- Cuidado personal 1%
- Productos de limpieza 1%
- Otro 1%

(33)



%

- Comida rápida/preparada 52%
- Alimentos perecibles 44%
 - Bebidas 8%
- Alimentos no perecibles 7%
- Línea blanca y electro 3%

(54)



%

- Ropa y zapatos 24%
- Productos de belleza 21%
- Artículos de deporte 16%
- Línea blanca y electro 15%
 - Tecnología 14%
- Artículos de librería 9%
- Menaje y ropa de casa 7%
- Muebles y decoración 4%
- Alimentos perecibles 4%
- Otro 18%

(28)



%

- Tecnología 25%
- Productos de limpieza 15%
- Artículos de deporte 13%
- Menaje y ropa de casa 10%
- Línea blanca y electro 10%
 - Artículos de librería 8%
 - Bebidas 8%
- Ropa y zapatos 6%
- Muebles y decoración 6%
- Alimentos perecibles 4%
- Otro 22%

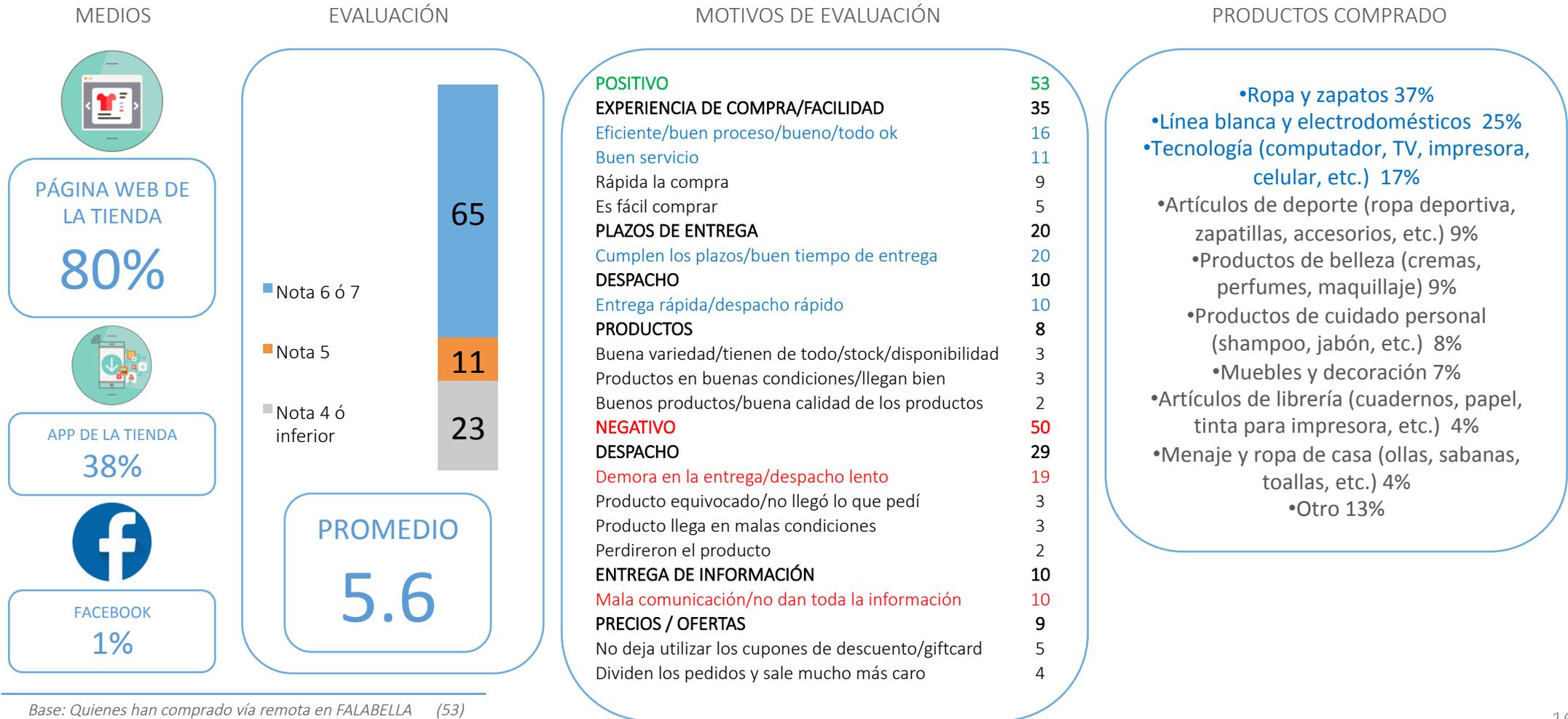
(32)

Base: Quienes han comprado vía remota en (...)

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA FALABELLA



B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Falabella? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Falabella de forma remota?



Base: Quienes han comprado vía remota en FALABELLA (53)

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA PARÍS

B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en París? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en París de forma remota?

MEDIOS



PÁGINA WEB DE LA TIENDA

87%



APP DE LA TIENDA

15%

EVALUACIÓN

- Nota 6 ó 7
- Nota 5
- Nota 4 ó inferior

74

22

4

PROMEDIO

6.3

MOTIVOS DE EVALUACIÓN

POSITIVO	71
EXPERIENCIA DE COMPRA/FACILIDAD	52
Buen servicio	27
Eficiente/buen proceso/bueno/todo ok	20
Rápida la compra	10
Es fácil comprar	5
PLAZOS DE ENTREGA	25
Cumplen los plazos/buen tiempo de entrega	25
DESPACHO	10
Entrega rápida/despacho rápido	10
ENTREGA DE INFORMACIÓN	2
Buena comunicación/te mantienen informado	2
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	1
Buena página/amigable	1
NEGATIVO	35
DESPACHO	18
Aún no llega	11
Demora en la entrega/despacho lento	7
PRECIOS / OFERTAS	12
El cargo por comprar es muy alto/caro el despacho	6
Muy caro	6
SERVICIO AL CLIENTE	5
El repartidor fue mal educado	5

PRODUCTOS COMPRADO

- Productos de belleza (cremas, perfumes, maquillaje) 24%
- Línea blanca y electrodomésticos 24%
- Tecnología (computador, TV, impresora, celular, etc.) 22%
- Menaje y ropa de casa (ollas, sábanas, toallas, etc.) 20%
 - Muebles y decoración 6%
 - Ropa y zapatos 3%
- Productos de cuidado personal (shampoo, jabón, etc.) 2%

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA RIPLEY



B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Ripley? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Ripley de forma remota?

MEDIOS



PÁGINA WEB DE LA TIENDA

93%



APP DE LA TIENDA

7%

EVALUACIÓN

- Nota 6 ó 7
- Nota 5
- Nota 4 ó inferior

66

20

14

PROMEDIO

6.0

MOTIVOS DE EVALUACIÓN

POSITIVO	62
EXPERIENCIA DE COMPRA/FACILIDAD	47
Eficiente/buen proceso/bueno/todo ok	27
Buen servicio	8
Rápida la compra	5
Rápido todo	4
Es fácil comprar	4
DESPACHO	14
Entrega rápida/despacho rápido	11
Despacho gratis/sin costos de envío	3
PLAZOS DE ENTREGA	12
Cumplen los plazos/buen tiempo de entrega	12
PRECIOS OFERTAS	4
Precios precios/accesibles/barato	4
NEGATIVO	38
DESPACHO	21
Demora en la entrega/despacho lento	20
Muchos despachos para pocos artículos	1
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	11
Página pésima/se pega/se cae/lenta/colapsada	11
ENTREGA DE INFORMACIÓN	4
No llega el correo de confirmación	4
PRODUCTOS	1
Muchos productos sin stocks/lo que necesito sin stock	1

PRODUCTOS COMPRADO

- Ropa y zapatos 37%
- Tecnología (computador, TV, impresora, celular, etc.) 26%
- Línea blanca y electrodomésticos 16%
- Artículos de deporte (ropa deportiva, zapatillas, accesorios, etc.) 6%
- Menaje y ropa de casa (ollas, sabanas, toallas, etc.) 5%
- Productos de belleza (cremas, perfumes, maquillaje) 3%
- Medicamentos 2%
- Muebles y decoración 2%
- Artículos de librería (cuadernos, papel, tinta para impresora, etc.) 1%
- Otro 14%

Base: Quienes han comprado vía remota en RIPLEY (33)

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA JUMBO

B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Jumbo? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota?
B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Jumbo de forma remota?

MEDIOS



PÁGINA WEB DE LA TIENDA

74%



APP DE LA TIENDA

39%



FACEBOOK

5%

EVALUACIÓN

- Nota 6 ó 7
- Nota 5
- Nota 4 ó inferior

79

8

13

PROMEDIO

6.1

MOTIVOS DE EVALUACIÓN

POSITIVO	65
EXPERIENCIA DE COMPRA/FACILIDAD	40
Buen servicio	20
Eficiente/buen proceso/bueno/todo ok	13
Es fácil comprar	6
Rápida la compra	1
ENTREGA DE INFORMACIÓN	16
Información clara	12
Confiable/seguro	3
DESPACHO	10
Entrega rápida/despacho rápido	10
PLAZOS DE ENTREGA	9
Cumplen los plazos/buen tiempo de entrega	9
PRODUCTOS	8
Buenos productos/buena calidad de los productos	4
Productos en buenas condiciones/llegan bien	2
Buena variedad/tienen de todo/stock/disponibilidad	2
NEGATIVO	46
DESPACHO	33
Demora en la entrega/despacho lento	30
No llegan todos los productos/faltan productos	5
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	6
La página no indica el stock/no dice que esta agotado	5
Página pésima/se pega/se cae/lenta/colapsada	1

PRODUCTOS COMPRADO

- Alimentos no perecibles (tallarines, arroz, azúcar, etc.) 89%
- Alimentos perecibles (frutas, verduras, pollo, huevos, pan, etc.) 75%
- Productos de limpieza (detergente, cloro, etc.) 73%
- Bebidas (con y sin alcohol) 47%
- Productos de cuidado personal (shampoo, jabón, etc.) 45%
- Artículos de librería (cuadernos, papel, tinta para impresora, etc.) 10%
- Productos de belleza (cremas, perfumes, maquillaje) 10%
- Menaje y ropa de casa (ollas, sábanas, toallas, etc.) 3%
- Tecnología (computador, TV, impresora, celular, etc.) 1%
- Línea blanca y electrodomésticos 1%

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA

LIDER



B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Líder? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Líder de forma remota?

MEDIOS



PÁGINA WEB DE LA TIENDA

81%



APP DE LA TIENDA

13%



INSTAGRAM

1%

EVALUACIÓN

- Nota 6 ó 7
- Nota 5
- Nota 4 ó inferior

45

33

21

PROMEDIO

5.4

MOTIVOS DE EVALUACIÓN

POSITIVO	39
EXPERIENCIA DE COMPRA/FACILIDAD	17
Buen servicio	6
Eficiente/buen proceso/bueno/todo ok	4
Rápida la compra	4
Cumplen con las medidas de seguridad	2
PRODUCTOS	11
Buenos productos/buena calidad de los productos	8
Buena variedad/tienen de todo/stock/disponibilidad	3
PLAZOS DE ENTREGA	10
Cumplen los plazos/buen tiempo de entrega	10
NEGATIVO	58
PRODUCTOS	25
Muchos productos sin stocks/lo que necesito sin stock	13
Poca variedad/pocos productos	6
Muchos de los artículos no estaban disponibles	3
Los prod.no están disponibles en todas las comunas	3
DESPACHO	23
Demora en la entrega/despacho lento	10
No llegan todos los productos/faltan productos	9
Producto equivocado/no llegó lo que pedí	2
Aún no llega	2
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	9
Página pésima/se pega/se cae/lenta/colapsada	9

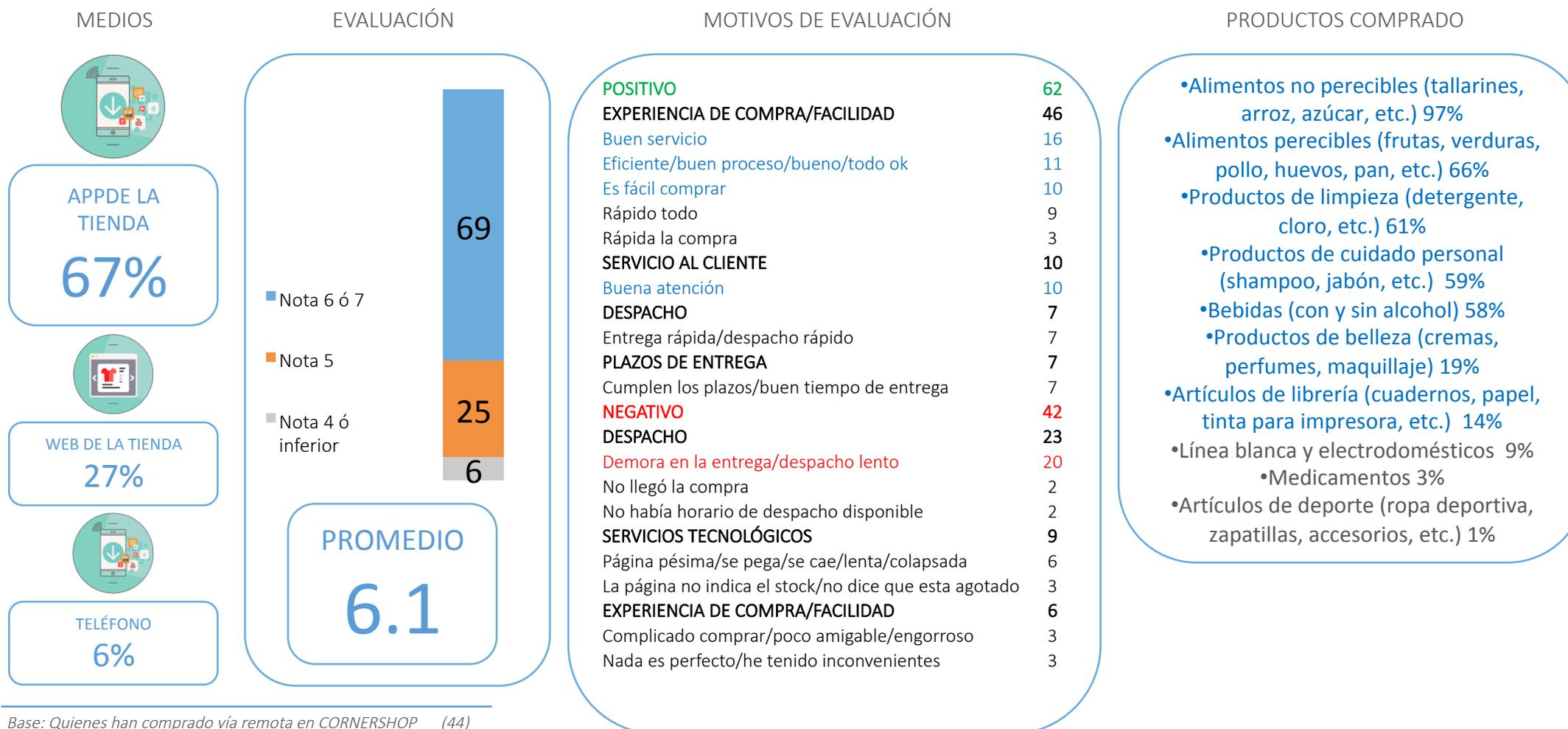
PRODUCTOS COMPRADO

- Alimentos no perecibles (tallarines, arroz, azúcar, etc.) 92%
- Productos de limpieza (detergente, cloro, etc.) 63%
- Alimentos perecibles (frutas, verduras, pollo, huevos, pan, etc.) 51%
- Productos de cuidado personal (shampoo, jabón, etc.) 36%
- Bebidas (con y sin alcohol) 21%
- Productos de belleza (cremas, perfumes, maquillaje) 9%
- Tecnología (computador, TV, impresora, celular, etc.) 6%
- Línea blanca y electrodomésticos 1%
- Artículos de librería (cuadernos, papel, tinta para impresora, etc.) 1%
- Otro 4%

Base: Quienes han comprado vía remota en LIDER (39)

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA CORNERSHOP

B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Cornershop? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Cornershop de forma remota?

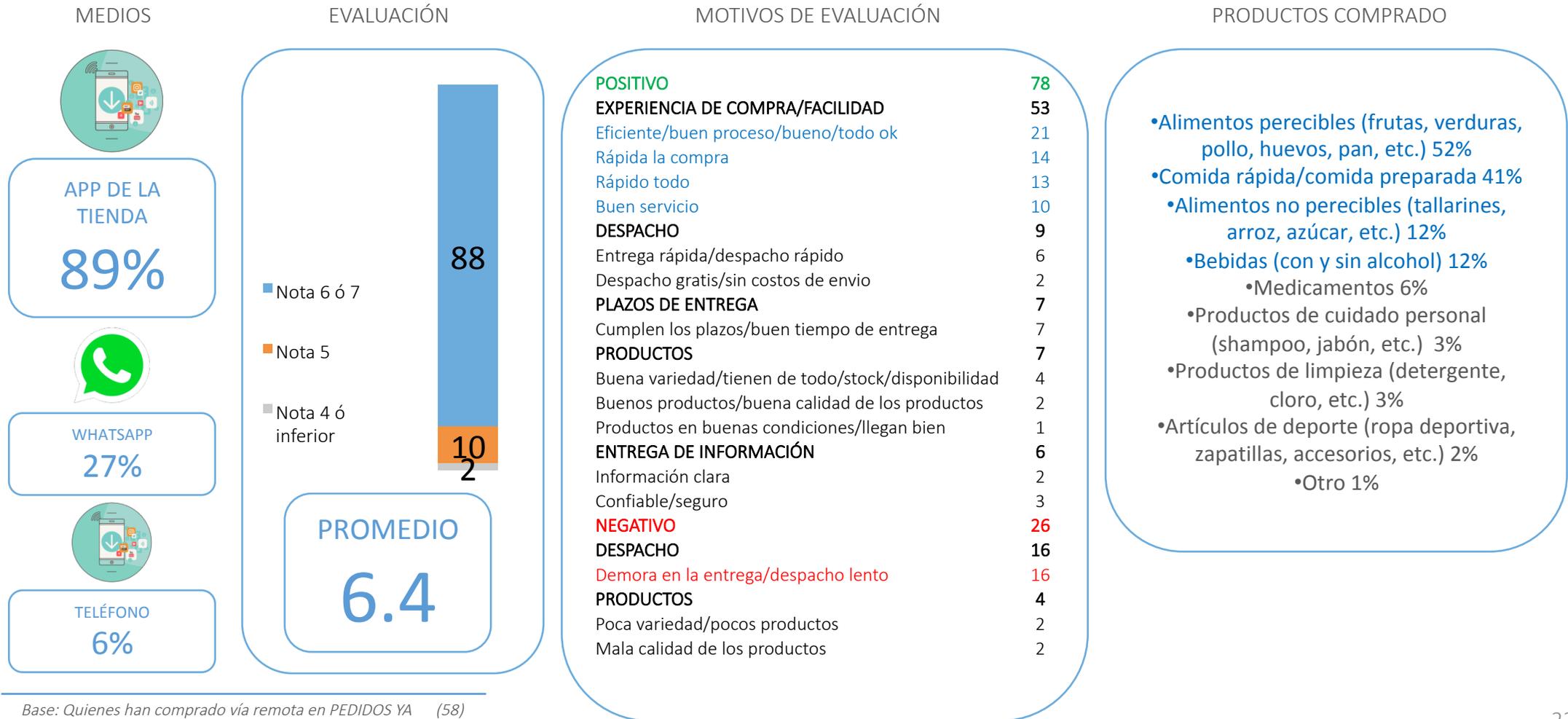


Base: Quienes han comprado vía remota en CORNERSHOP (44)

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA PEDIDOS YA



B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Pedidos Ya? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Pedidos Ya de forma remota?



Base: Quienes han comprado vía remota en PEDIDOS YA (58)

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA RAPPI



B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Rappi? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Rappi de forma remota?

MEDIOS



APP DE LA
TIENDA

82%



WEB DE LA TIENDA

18%

EVALUACIÓN

- Nota 6 ó 7
- Nota 5
- Nota 4 ó inferior

95

2

PROMEDIO

6.5

MOTIVOS DE EVALUACIÓN

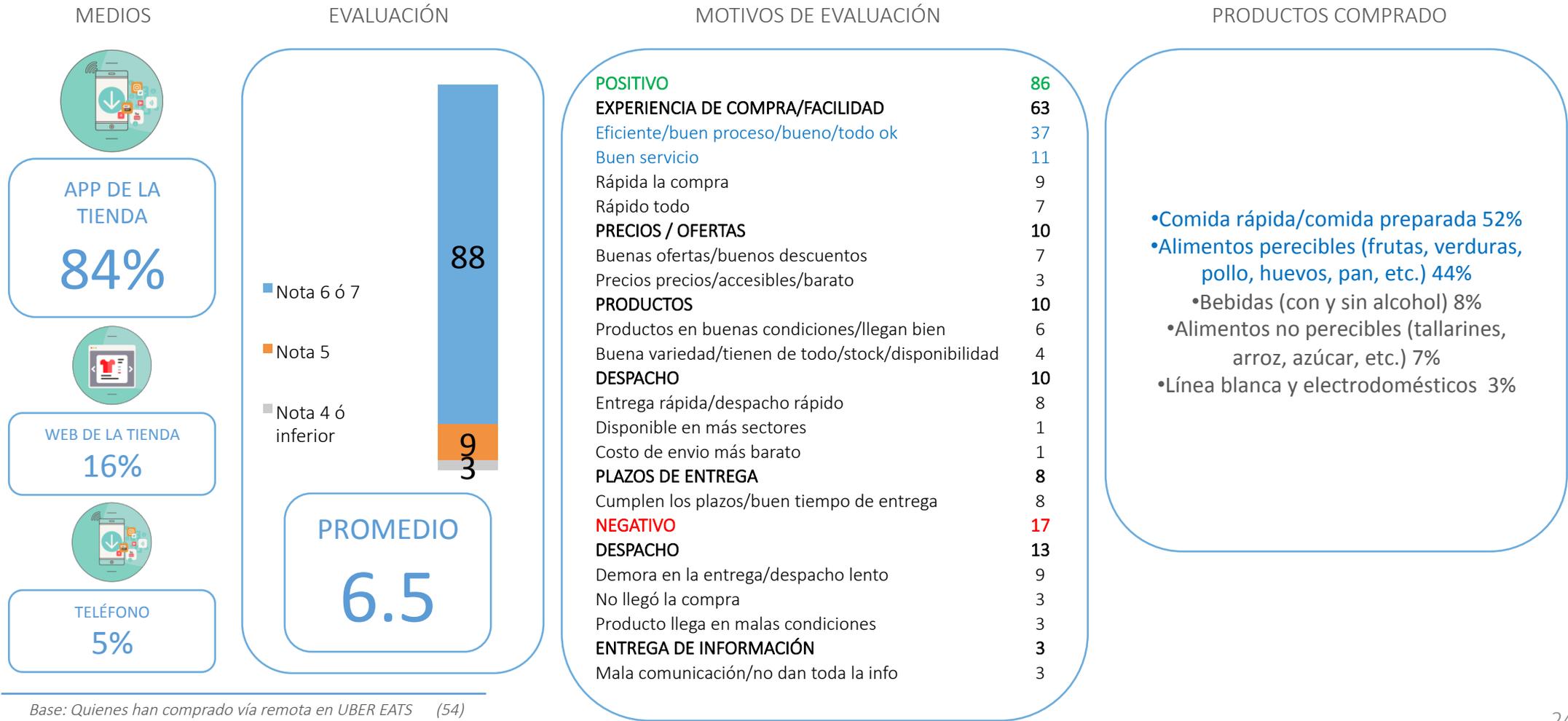
POSITIVO	89
EXPERIENCIA DE COMPRA/FACILIDAD	64
Buen servicio	29
Rápido todo	21
Rápida la compra	15
Es fácil comprar	11
Eficiente/buen proceso/bueno/todo ok	10
DESPACHO	11
Entrega rápida/despacho rápido	11
PRODUCTOS	7
Buenos productos/buena calidad de los productos	7
Buena variedad/tienen de todo/stock/disponibilidad	3
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	5
Buena app/amigable	5
NEGATIVO	17
PRECIOS / OFERTAS	10
El cargo por comprar es muy alto/caro el despacho	5
Pocas ofertas/pocos descuentos	5
DESPACHO	5
Demora en la entrega/despacho lento	3
No llegó la compra	2

PRODUCTOS COMPRADO

- Comida rápida/comida preparada 57%
- Alimentos perecibles (frutas, verduras, pollo, huevos, pan, etc.) 40%
- Alimentos no perecibles (tallarines, arroz, azúcar, etc.) 10%
- Bebidas (con y sin alcohol) 7%
- Productos de cuidado personal (shampoo, jabón, etc.) 1%
- Productos de limpieza (detergente, cloro, etc.) 1%
- Otro 1%

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA UBER EATS

B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Uber Eats? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Uber Eats de forma remota?



EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA ALIEXPRESS



B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Aliexpress? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Aliexpress de forma remota?



Base: Quienes han comprado vía remota en ALIEXPRESS (28)

EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA MERCADO LIBRE

B3) ¿A través de que medio compraste por vía remota (online o teléfono) en Mercado Libre? // B4) ¿Con qué nota calificas el proceso de compra y despacho a través de la vía remota? B5) ¿Por qué calificas con esa nota el proceso de compra y despacho? // B6) ¿Qué tipo de productos compraste en Mercado Libre de forma remota?

MEDIOS



PÁGINA WEB DE
LA TIENDA

53%



APP DE LA TIENDA

39%

EVALUACIÓN

- Nota 6 ó 7
- Nota 5
- Nota 4 ó inferior

81

19

PROMEDIO

6.5

MOTIVOS DE EVALUACIÓN

POSITIVO	83
EXPERIENCIA DE COMPRA/FACILIDAD	54
Eficiente/buen proceso/bueno/todo ok	27
Es fácil comprar	13
Buen servicio	8
Rápido todo	6
ENTREGA DE INFORMACIÓN	19
Confiable/seguro	11
Buena comunicación/te mantienen informado/seguimiento	8
DESPACHO	12
Entrega rápida/despacho rápido	12
PLAZOS DE ENTREGA	10
Cumplen los plazos/buen tiempo de entrega	10
SERVICIO AL CLIENTE	8
Buena atención	8
SERVICIOS TECNOLÓGICOS	5
Buena página/amigable	5
NEGATIVO	16
DESPACHO	16
Demora en la entrega/despacho lento	8
No llegó la compra	5
Cambio en fecha de entrega	3

PRODUCTOS COMPRADO

- **Tecnología (computador, TV, impresora, celular, etc.) 25%**
- **Productos de limpieza (detergente, cloro, etc.) 15%**
- **Artículos de deporte (ropa deportiva, zapatillas, accesorios, etc.) 13%**
- **Menaje y ropa de casa (ollas, sabanas, toallas, etc.) 10%**
- **Línea blanca y electrodomésticos 10%**
- **Artículos de librería (cuadernos, papel, tinta para impresora, etc.) 8%**
- **Bebidas (con y sin alcohol) 8%**
- **Ropa y zapatos 6%**
- **Muebles y decoración 6%**
- **Alimentos perecibles (frutas, verduras, pollo, huevos, pan, etc.) 4%**
- **Otro 22%**

INICIATIVAS ATRACTIVAS PARA LA COMPRA Y DESPACHO VENTA ONLINE

B7) ¿Qué iniciativas respecto a la compra y despacho de productos a través de la vía remota te han parecido atractivas en esta contingencia?

Las iniciativas más valoradas tienen relación con precios bajos tanto en los productos comprados online como en el despacho. Oportunidad para comunicar despachos gratis, o a costo reducido, durante este período

	Total	Hombre	Mujer	C1	C2	C3	18-24	25-45	46 y más
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
		a	b	c	d	e	f	g	h
DESPACHO	60	52	63	59	59	62	73	61	52
Despachos a domicilio/delivery	27	21	30	26	25	30	31	22	34
Despacho gratis/costos más bajos	20	14	22	16	19	22	35	24	6
Cuidados en la entrega/dejar productos en la puerta/entrega sin contacto	8	11	7	11	8	6	8	13	1
Rapidez en la entrega/despacho	7	8	7	9	9	5	6	6	9
Retiro en locales cercanos	1	0	2	0	2	1	0	1	3
Poder programar el despacho según la disponibilidad/poder elegir el horario	1	1	1	1	1	0	0	1	1
PRECIOS/OFERTAS	10	12	10	5	13	10	9	11	10
Mejores precios/más ofertas/descuentos/ofertas comprando en línea	10	12	10	5	13	10	9	11	10
INICIATIVAS DE APOYO A ORGANISMOS/EMPRESAS	7	4	8	8	6	8	0	6	14
Potenciar/apoyar el emprendimiento/pequeñas empresas	7	4	8	6	6	8	0	5	14
EXPERIENCIA DE COMPRA	9	12	8	4	8	12	0	10	13
Las compras por internet	3	6	3	3	6	2	0	3	6
Compra a través de app.	2	0	2	0	1	3	0	2	2
Compra a través de Whatsapp	1	3	1	1	1	2	0	1	2
Facilidades de pago	1	1	1	0	0	3	0	3	0
La facilidad para realizar la compra/devolución	1	0	2	0	0	3	0	1	2
No sabe	6	3	7	4	5	7	6	5	7
Ninguna	14	21	11	20	16	10	13	16	11
	Base Total (316)	(82)	(234)	(135)	(77)	(104)	(86)	(171)	(59)

COSAS QUE SE PIENSA HACER POST CUARENTENA

ACTIVIDADES

Lo que más echamos de menos...
abrazarnos
(insight para la comunicación)

B8) ¿Qué cosas piensas hacer una vez que se termine el riesgo de contagio del virus y la cuarentena?

	Total	Hombre	Mujer	C1	C2	C3	18-24	25-45	46 y más	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
		a	b	c	d	e	f	g	h	
RECREACIÓN/VACACIONES	64	62	65	65	59	68	72	63	61	
Viajar	19	12	22	19	19	19	22	22	13	
De a poco volver a mi vida normal	8	10	7	6	9	8	4	7	13	
Ir al parque	6	1	8	3	7	7	10	8	2	
Hacer deporte	5	5	5	4	4	7	6	6	5	
Ir a comer afuera/a restaurant	4	6	4	8	5	2	5	5	2	
Ir a la playa	4	3	4	5	1	5	1	7	0	
Ir de paseo	3	3	3	3	3	3	5	4	1	
Salir a caminar	3	4	2	4	3	2	1	4	3	
Ir a bailar/ir a fiestas	3	2	3	3	5	1	7	1	3	
Ir de vacaciones	2	7	0	5	1	2	3	3	1	
Celebrar que estas vivo/disfrutar más de la vida	2	1	2	3	2	1	5	1	1	
FAMILIA/AMIGOS	36	35	36	36	36	35	32	36	37	
Abrazar a la familia/hijos/nietos/papás	24	22	24	25	26	21	10	26	27	
Ver y estar con mis amigos/compartir/salir a divertirme con mis amigos	16	14	17	16	20	14	25	18	9	
Compartir con la familia/junta familiar	5	5	4	5	3	6	2	4	8	
ÁMBITO LABORAL	21	19	22	13	18	27	19	22	21	
Ir a trabajar/volver al trabajo presencial	14	8	16	8	14	17	13	15	13	
Buscar trabajo	5	6	5	3	2	9	6	5	5	
Hacer mi emprendimiento/seguir mi emprendimiento	1	1	1	1	0	2	0	2	0	
Poder seguir haciendo teletrabajo	1	3	0	1	2	0	0	0	3	
ESTUDIO	7	3	8	4	5	10	26	4	0	
Estudiar/ir en forma presencial	6	3	7	3	4	9	24	3	0	
Poder hacer mi práctica profesional/dar mi examen de grado/terminar la tesis	2	0	2	0	1	2	4	2	0	
	Base Total	(316)	(82)	(234)	(135)	(77)	(104)	(86)	(171)	(59)

