



PANEL & OBSERVATORIO TRIMESTRAL DE COMPORTAMIENTO DE USO DEL CANAL ECOMMERCE EN RM Y REGIONES II, V & VIII.

CAPÍTULO 6. ÚLTIMA MILLA
PERIODO 2018 Y TRIMESTRE ENERO-MARZO 2019



OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



KAWÉSQR LAB
INSIGHT • RESEARCH • STRATEGY

PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

ESTUDIO QUE SE REALIZA DE MANERA DE OLAS TRIMESTRALES EN 37 COMUNAS DE LA REGIÓN METROPOLITANA Y EN REGIONES (II, V Y VIII).

TIENE COMO OBJETIVO COMPRENDER, DESDE LA PERSPECTIVA DEL USUARIO Y EN SU ESPECTRO AMPLIO, EL COMPORTAMIENTO DE USO DEL CANAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL PAÍS ADEMÁS DE LEVANTAR TENDENCIAS SOBRE SU CRECIMIENTO.



A UNA MUESTRA DE USUARIOS DE INTERNET SE REGISTRA EL COMPORTAMIENTO DE USO DEL CANAL ECOMMERCE PARA EL PERIODO TRIMESTRAL DEFINIDO, DONDE VAN INCORPORANDO CATEGORÍAS, SUBCATEGORÍAS, CANALES UTILIZADOS, ULTIMA MILLA, HASTA LA MARCA COMPRADA.



KAWÉSQR LAB
INSIGHT • RESEARCH • STRATEGY



PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

EL PANEL TIENE UN CRITERIO DE DESARROLLO TRIMESTRAL INVERSO, ES DECIR, DURANTE LOS PRIMEROS DÍAS DEL MES SIGUIENTE AL TÉRMINO DEL TRIMESTRE EL COMPORTAMIENTO DE USO DE LOS ÚLTIMOS TRES MESES PREVIOS.

LAS CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS SON LAS SIGUIENTES

MEDICIÓN TRIMESTRAL

3200 CASOS POR TRIMESTRE
(2300 EN RM Y 900 EN REGIONES)

REGISTRO DE COMPORTAMIENTO DE USO VÍA
PANEL ONLINE NETQUEST

37 COMUNAS DE REGIÓN METROPOLITANA CON
BASE DE 60 CASOS C/U

HOMBRES Y MUJERES ENTRE 18 Y 55 AÑOS*
CON ACCESO A INTERNET NSE C1C2C3D

17 CATEGORÍAS Y MÁS DE 55 SUBCATEGORÍAS
EVALUADAS EN CADA MEDICIÓN**

ERROR MUESTRAL DE 2.2% EN RM Y 3.27 EN
REGIONES

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

*A contar de la Ola de Jul-Sep 2019 se incorpora al Panel Perfil Baby Boomer: 56-69 años



KAWÉSQR LAB
INSIGHT • RESEARCH • STRATEGY

*Usuario en promedio registra el uso en 4 categorías según cifras del 2018

PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

DETALLE DE CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS QUE COMPONEN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

VESTUARIO	Hombre / Mujer / Infantil / Lencería
CALZADO	Hombre / Mujer / Infantil
DEPORTES	Vestuario / Calzado / Equipamiento / Bicicletas / Accesorios
TECNOLOGÍA	Computación / Electrodomésticos / Cuidado personal / Climatización / Televisión e Imagen / Audio / Fotografía y Video / Telefonía y Videojuegos
ELECTROHOGAR	Línea blanca / Electrodomésticos / Climatización
MEJORAMIENTO DEL HOGAR	Herramientas / Menaje / Parrillas / Ferreterías / Materiales / Climatización
MUEBLES Y DECORACIÓN	Iluminación / Muebles / Camas / Cdchones / Ropa de Cama / Decoración / Alfombras / Artículos de Temporada
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 / Artículos de Limpieza Personal
INFANTIL	Coches y Sillas para Automóviles / Juguetes / Rodados
VIAJES	Pasajes / Alojamiento / Rent a Car / Bolsos / Maletas
ALIMENTACIÓN	Comida a Domicilio (Delivery) / Bebibles No alcohólicos / Vinos / Cervezas y Licores / Frutas y Verduras
SUPERMERCADO	Supermercado
ENTRETENCIÓN	Tickets Espectáculos / Tickets Conciertos / Tickets Cine / Tickets Otras Actividades de Entretenimiento / Cupones / Videojuegos y Accesorios / Música / Cómic y Juguetes coleccionables / Radiocontrolados (drones, automóviles, etc.) / Juegos de Salón
MASCOTAS	Alimentación / Vestuario y Accesorios / Medicamentos
COCINA Y MANUALIDADES	Artículos para cocinar / Artículos para Repostería / Artículos para Manualidades
INMOBILIARIO	Casas / Departamento (Sólo Periodos Cyber)
AUTOMOTRIZ	Automóviles / Accesorios / Neumáticos / Baterías / Repuestos

BLANDOS
 DURABLES
 HOGAR
 ALIMENTOS
 VIAJES
 OTROS
 OTROS BIENES RAÍZ*

* OTROS BIENES RAÍZ: Desde Julio-Sept 2019



KAWÉSQR LAB
INSIGHT • RESEARCH • STRATEGY

PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

SE EVALUAN PERIODOS DE COMPRAS TRIMESTRALES SEPARADAS DE LOS EVENTOS DE PRECIO O ESPECÍFICOS DE TEMPORADA.

EL PRIMER REGISTRO ES DE FINES DEL 2017. ACTUALMENTE SE ESTÁ REALIZANDO EL REGISTRO DEL PERIODO ABRIL-JUNIO 2019

EJEMPLO 2018



* EVENTO BLACK FRIDAY

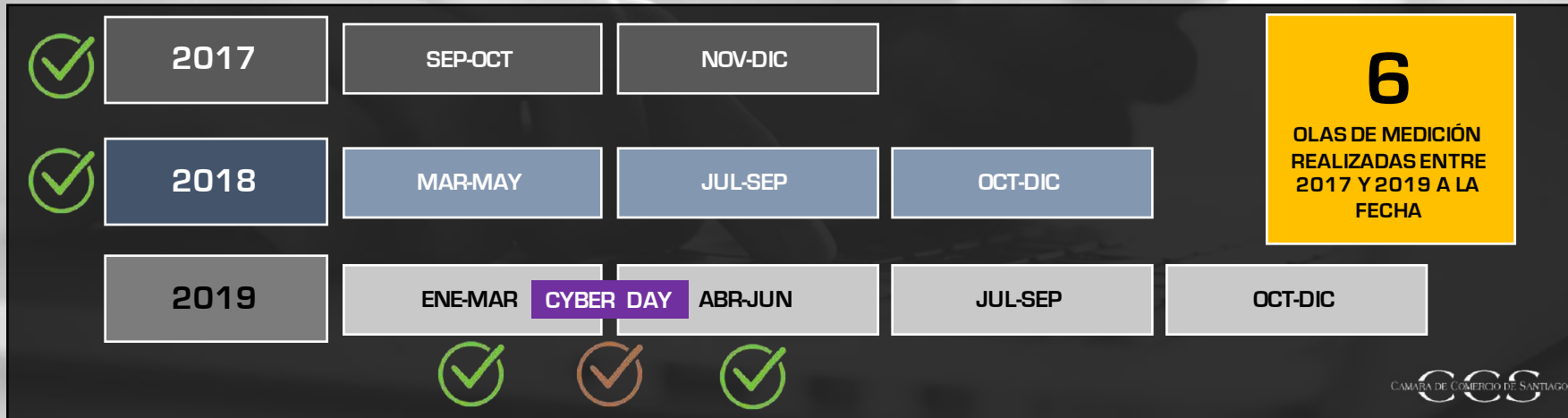
NO OFICIAL (SIN DELIMITACIÓN DE FECHAS), FUE IGUALMENTE REGISTRADO PARA EL PERIODO EN ANÁLISIS DE FINES DEL 2018



PANEL & OBSERVATORIO DE ECOMMERCE CHILE

SE HAN REALIZADO A LA FECHA 6 OLAS DE MEDICIÓN. PARA EL 2019 SE REALIZARÁN 4 OLAS TRIMESTRALES, DE LAS CUALES LA SEGUNDA, CORRESPONDIENTE AL PERIODO DE ABRIL-JUNIO 2019 ESTÁ SIENDO EJECUTADA

EVENTO ESCOLAR FUE EL REGISTRADO PARA EL PERIODO DE ENERO-MARZO 2019. USO DEL CANAL DE ECOMMERCE EN EL CONTEXTO DE COMPRAS ESCOLARES (VESTUARIO, CALZADO, TECNOLOGÍA, LIBRERÍA, ACCESORIOS, ENTRE OTROS)



25% DEL PANEL DE ECOMMERCE LO COMPONE UN PANEL LONGITUDINAL CONTROL QUE SE REPITE EN CADA MEDICIÓN PARA EVALUAR LAS VARIACIONES DE UN MISMO CONJUNTO DE USUARIOS



CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO
CCS

CAPÍTULO 6

ÚLTIMA MILLA EN EL ECOMMERCE

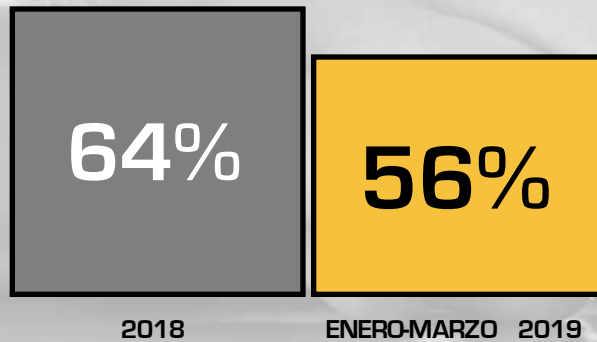
TIPOS DE DESPACHO Y PROBLEMAS DE ÚLTIMA MILLA

KAWÉSQAR LAB
insight - research - strategy

EL COMPORTAMIENTO USO DEL CANAL DE ECOMMERCE EXPERIMENTA UNA CONTRACCIÓN (EFECTO ESTIVAL) PARA EL PERIODO EN RELACIÓN AL 2018 EN RM

% DE USUARIOS QUE REALIZARON COMPRAS EN EL 2019 (CONSIDERANDO ÚLTIMOS TRES MESES)

REGIÓN METROPOLITANA

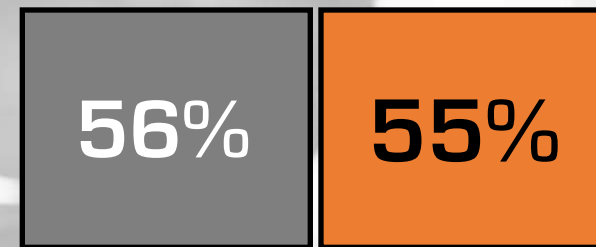


2018

ENERO-MARZO 2019

Base: 2300 Casos en RM Enero a Marzo

REGIONES (II, V Y VIII)



2018

ENERO-MARZO 2019

Base: 900 Casos en REGIONES (II, V Y VIII) Enero a Marzo

TIPOS DE DESPACHOS UTILIZADOS EN COMPRAS DE ECOMMERCE

PRIMER TRIMESTRE 2019 VS CUARTO TRIMESTRE 2018

	REGIÓN METROPOLITANA		REGIONES (II, V, VIII)	
	ENE-MAR	OCT-DIC	ENE-MAR	OCT-DIC
SE LO FUERON A DEJAR A SU HOGAR	79%	62%	74%	71%
LO FUE A RETIRAR A UNA TIENDA	65% ↑	47%	66% ↑	45%
LO FUE A RETIRAR A UNA CASILLA U OFICINA POSTAL	11%		18%	
OTRO TIPO DE DESPACHO	11%		10%	
NO SOLICITÓ DESPACHO	18%		19%	

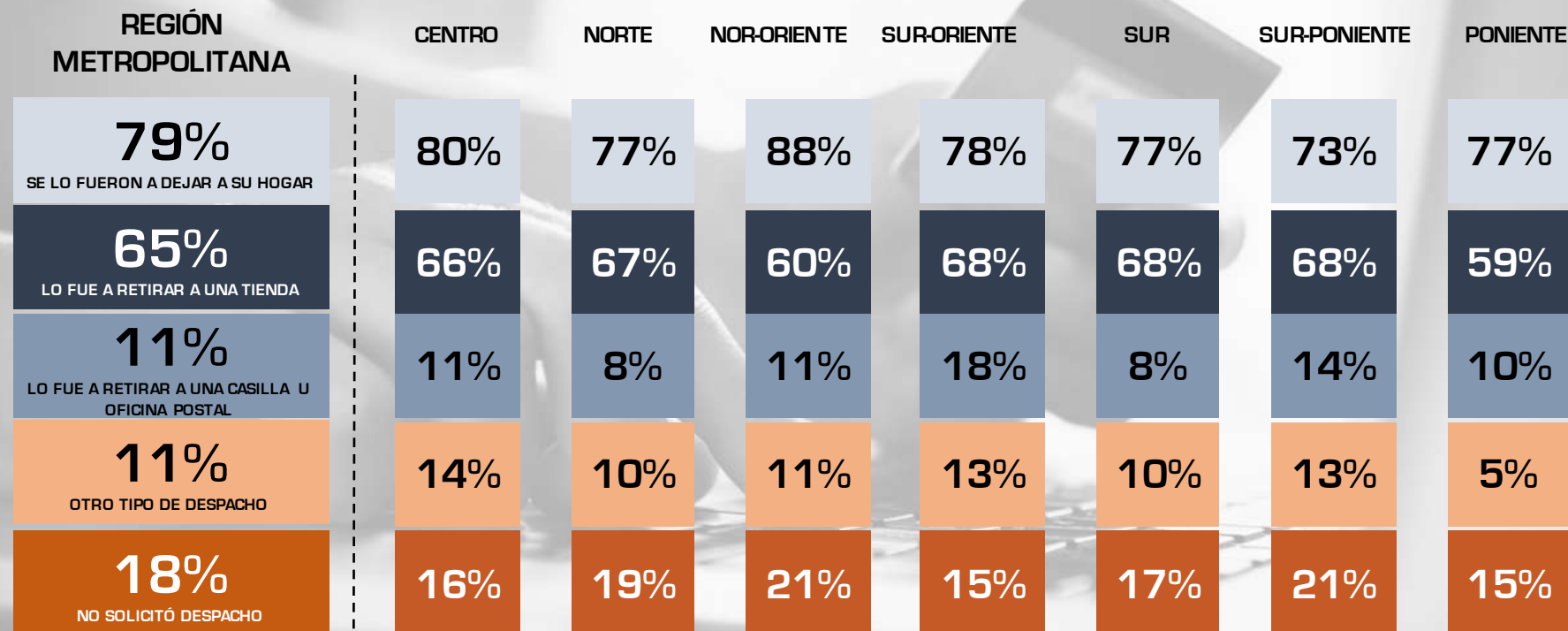
PRINCIPALMENTE TICKETS DE ENTRADAS, TICKETS DE VIAJE, CUPONES, REGALOS DE NOVIOS

BASE USUARIOS ECOMMERCE 2019

TIPOS DE DESPACHOS UTILIZADOS EN COMPRAS DE ECOMMERCE

POR ZONA GEOGRÁFICA

PERÍODO ANÁLISIS PRIMER TRIMESTRE 2019

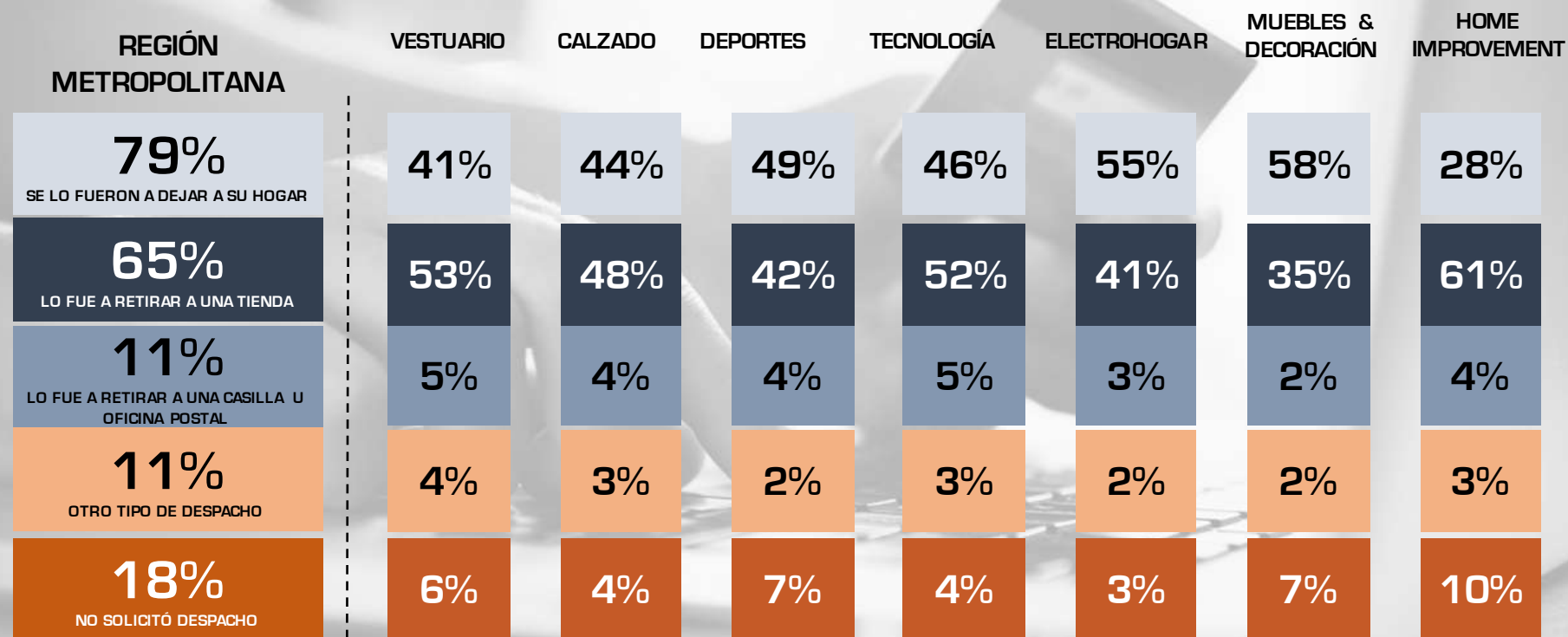


CENTRO: Santiago, Estación Central, San Joaquín, San Miguel, Pedro Aguirre Cerda, **NORTE:** Conchalí, Huechuraba, Independencia, Quilicura, Recoleta, Renca, Colina. **NORORIENTE:** La Reina, Las Condes, Lo Bamechea, Ñuñoa, Providencia, Vitacura, **SURORIENTE:** La Florida, La Granja, Macul, Puente Alto, 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, **SUR:** Cerro Navia, Lo Prado, Pudahuel, Quinta Normal

TIPOS DE DESPACHOS UTILIZADOS EN COMPRAS DE ECOMMERCE

POR CATEGORÍA DE COMPRA

PERÍODO ANÁLISIS PRIMER TRIMESTRE 2019

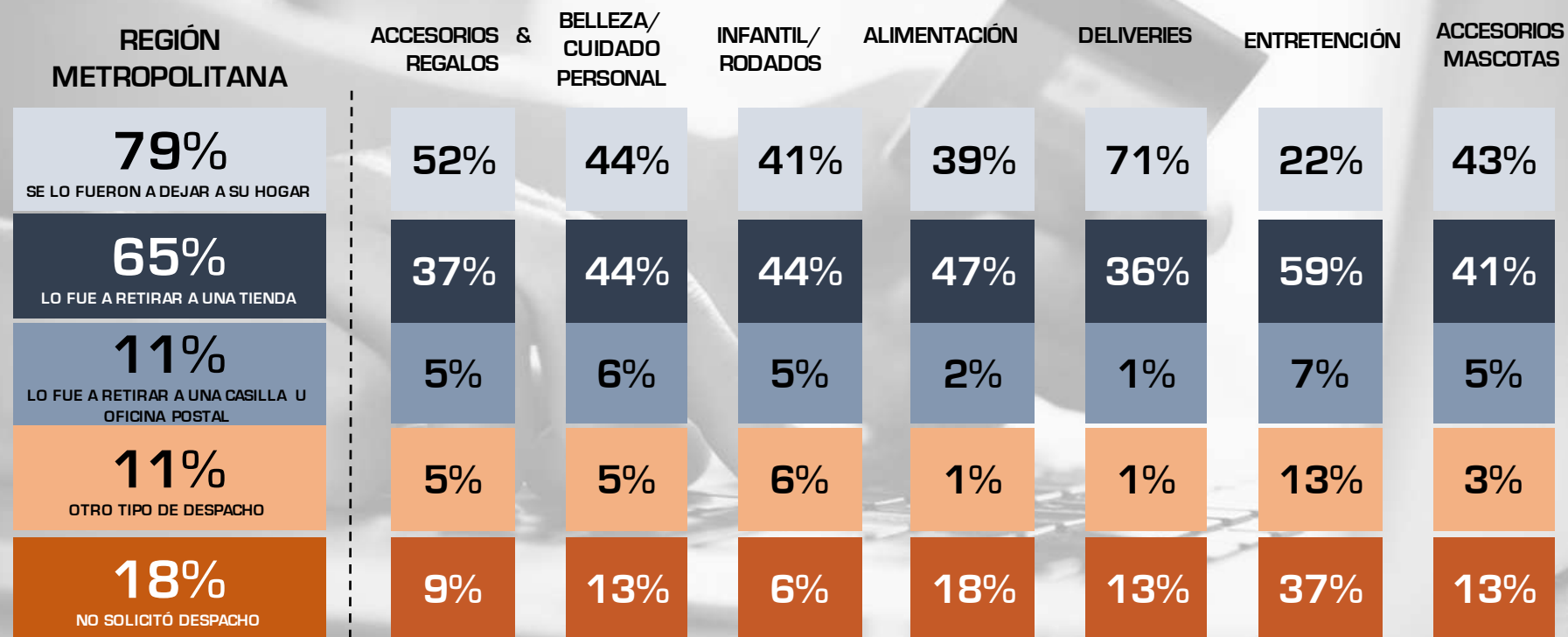


BASE USUARIOS ECOMMERCE 2019

TIPOS DE DESPACHOS UTILIZADOS EN COMPRAS DE ECOMMERCE

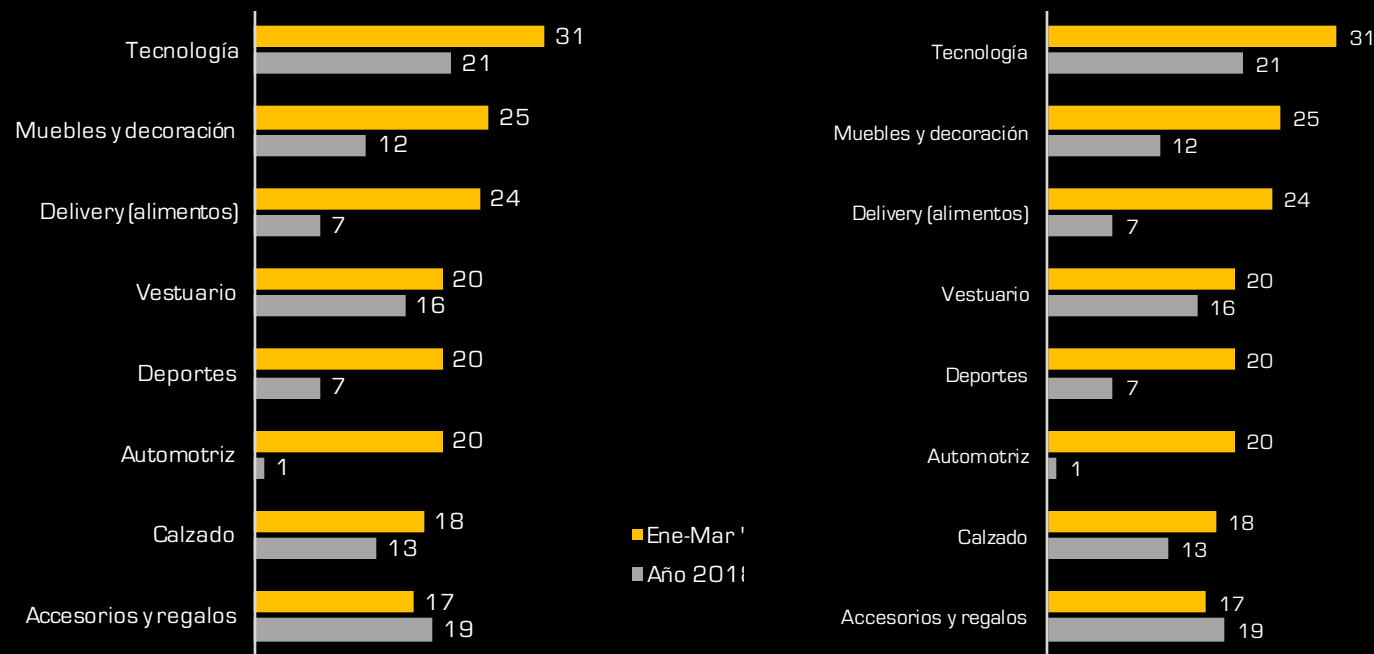
POR CATEGORÍA DE COMPRA

PERÍODO ANÁLISIS PRIMER TRIMESTRE 2019



PROBLEMAS DE DESPACHO DE COMPRAS EN ECOMMERCE

1 DE CADA 10 COMPRADORES EN ECOMMERCE PRESENTARON ALGUN TIPO DE PROBLEMA EN LA ETAPA DE DESPACHO EN RM



9%
TASA DE PROBLEMAS
REGIÓN
METROPOLITANA
ENERO-MARZO 19

6%
TASA DE PROBLEMAS EN
REGIONES (II, V Y VIII)
ENERO-MARZO 19

PROBLEMAS DE DESPACHO DE COMPRAS EN ECOMMERCE

AL INTERIOR DE LA REGIÓN METROPOLITANA, LA ZONA PONIENTE ALCANZÓ LOS MAYORES PROBLEMAS EN EL DESPACHO DURANTE EL 2018

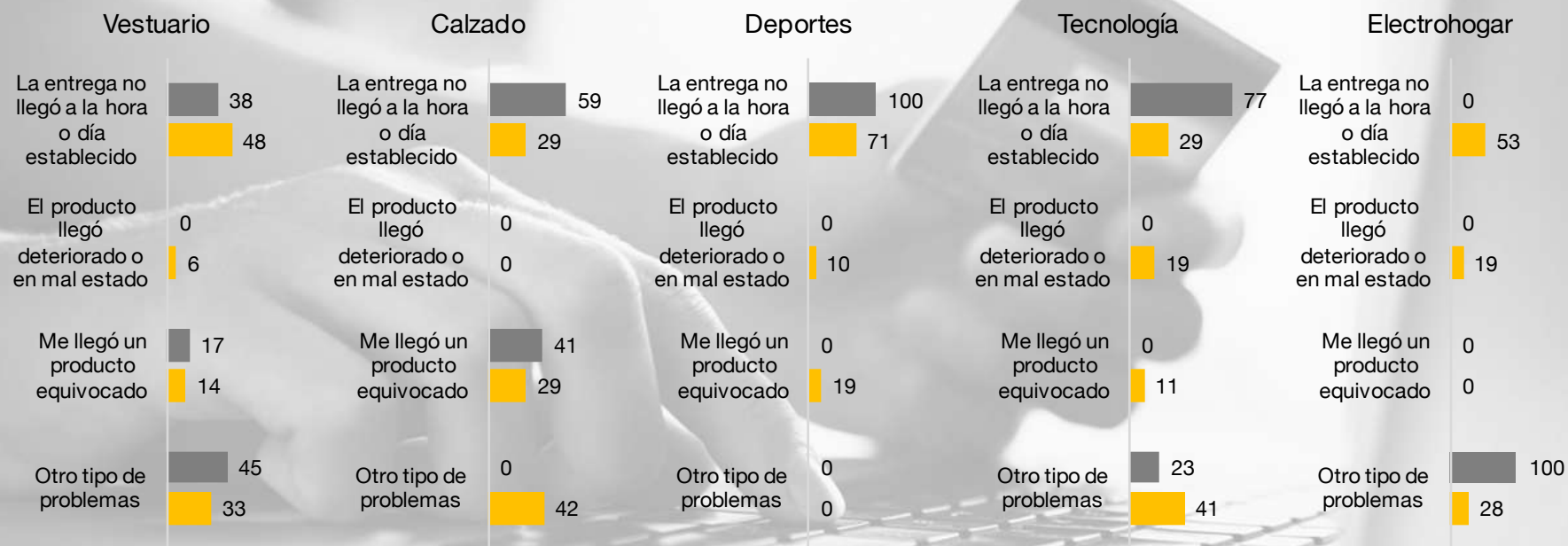
9%

TASA DE PROBLEMAS
REGIÓN
METROPOLITANA
ENERO-MARZO 19

		Ene-Mar '19	AÑO 2018	Oct-Dic '18
Santiago, Estación Central, San Joaquín, San Miguel, Pedro Aguirre Cerda	Centro	11	9	9
Conchalí, Huechuraba, Independencia, Quilicura, Recoleta, Renca, Colina	Norte	11	9	9
La Reina, Las Condes, Lo Barnechea, Ñuñoa, Providencia, Vitacura	Nororiente	7	9	11
La Florida, La Granja, Macul, Puente Alto, Pirque, San José de Maipo, Peñalolén	Suroriente	10	7	8
El Bosque, La Cisterna, La Pintana, Lo Espejo, San Ramón, San Bernardo	Sur	7	7	7
Cerrillos, Maipú, Talagante, Padre Hurtado	Surponiente	10	10	10
Cerro Navia, Lo Prado, Pudahuel, Quinta Normal	Poniente	4	13	16

TIPOS DE PROBLEMAS DE DESPACHO POR CATEGORÍA EN RM

ANÁLISIS CUARTO TRIMESTRE 2018 Y PRIMER TRIMESTRE 2019



■ Oct-Dic '18

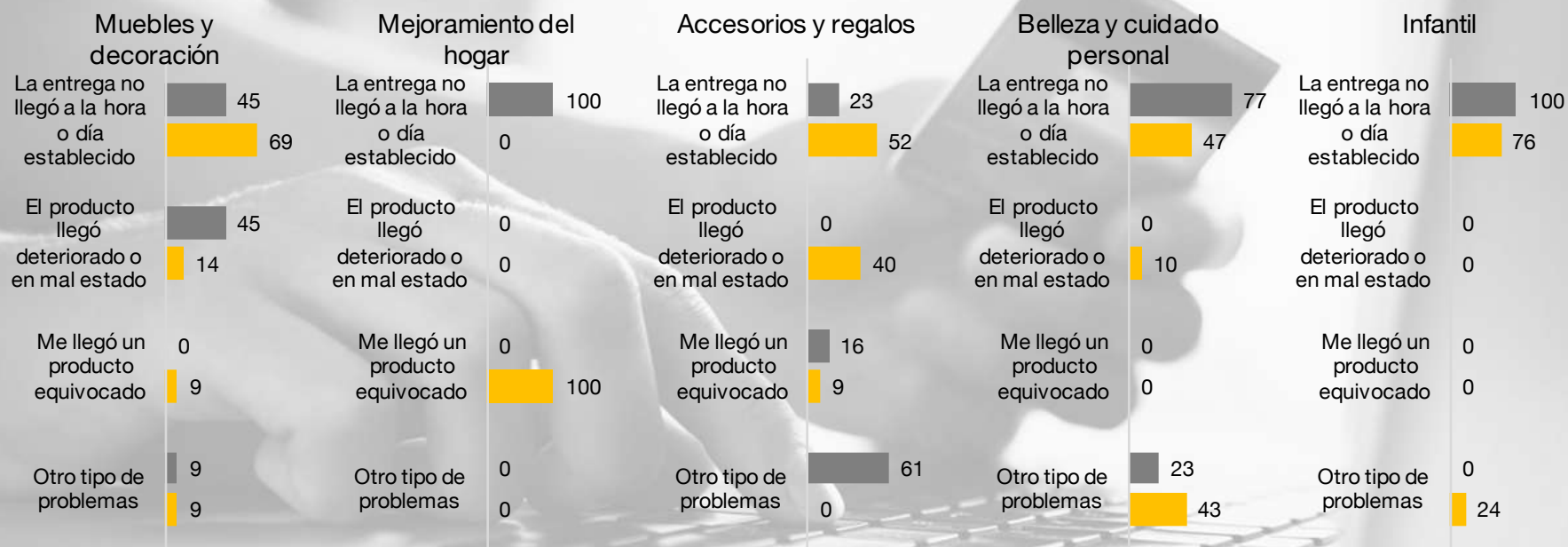
■ Ene-Mar '19

CON EXCEPCIÓN DE ELECTROHOGAR, ENTRETENCIÓN O AUTOMOTRIZ, LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE DESPACHO RADICAN EN LO REFERIDO A LOS PLAZOS

ACORDADOS **(FECHAS DE ENTREGA)**

TIPOS DE PROBLEMAS DE DESPACHO POR CATEGORÍA EN RM

ANÁLISIS CUARTO TRIMESTRE 2018 Y PRIMER TRIMESTRE 2019



■ Oct-Dic '18

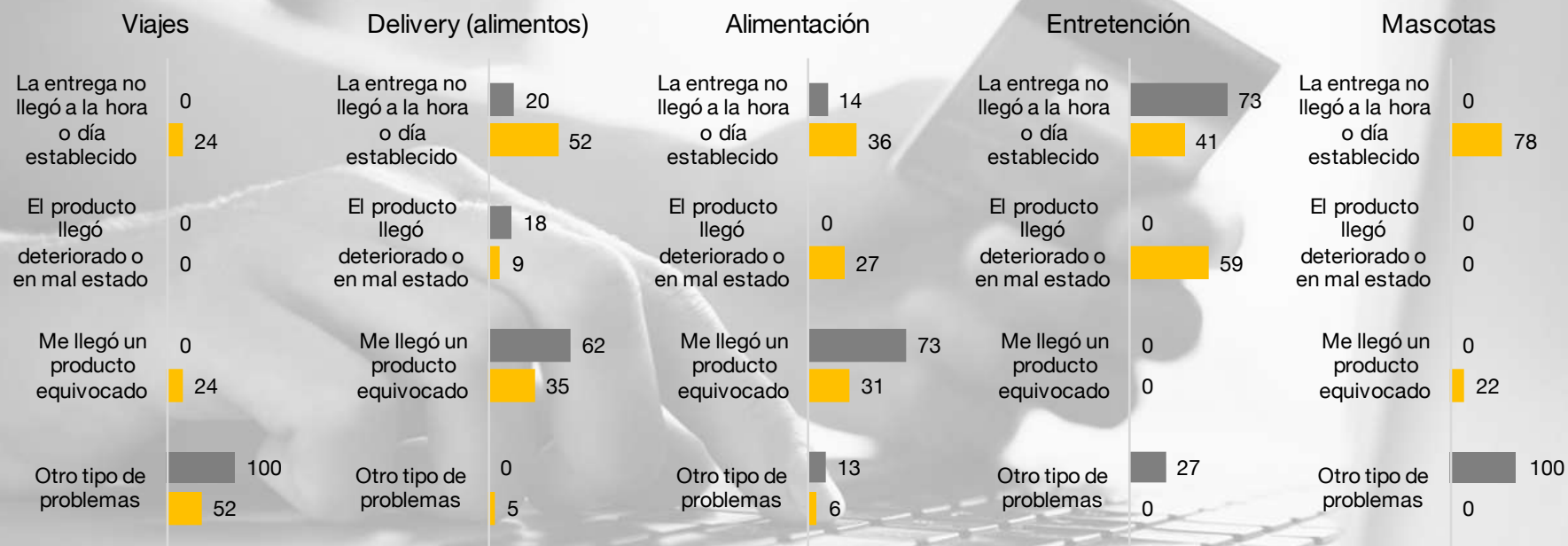
■ Ene-Mar '19

CON EXCEPCIÓN DE ELECTROHOGAR, ENTRETENCIÓN O AUTOMOTRIZ, LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE DESPACHO RADICAN EN LO REFERIDO A LOS PLAZOS

ACORDADOS **(FECHAS DE ENTREGA)**

TIPOS DE PROBLEMAS DE DESPACHO POR CATEGORÍA EN RM

ANÁLISIS CUARTO TRIMESTRE 2018 Y PRIMER TRIMESTRE 2019



■ Oct-Dic '18

■ Ene-Mar '19

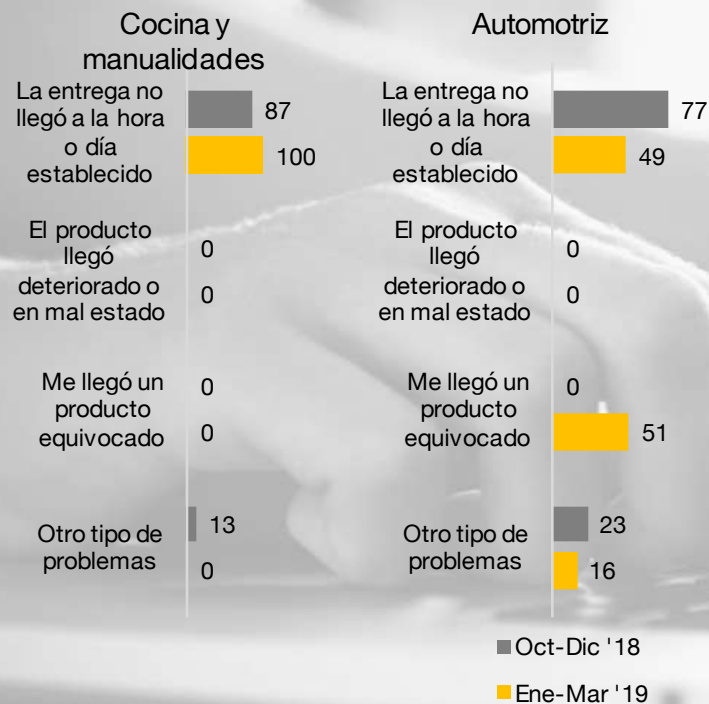
BASE: 59/62/121

CON EXCEPCIÓN DE ELECTROHOGAR, ENTRETENIMIENTO O AUTOMOTRIZ, LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE DESPACHO RADICAN EN LO REFERIDO A LOS PLAZOS

ACORDADOS **(FECHAS DE ENTREGA)**

TIPOS DE PROBLEMAS DE DESPACHO POR CATEGORÍA EN RM

ANÁLISIS CUARTO TRIMESTRE 2018 Y PRIMER TRIMESTRE 2019



CON EXCEPCIÓN DE ELECTROHOGAR, ENTRETENCIÓN O AUTOMOTRIZ, LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DE DESPACHO RADICAN EN LO REFERIDO A LOS PLAZOS ACORDADOS **(FECHAS DE ENTREGA)**

ÚLTIMA MILLA: CASO CORNERSHOP EN RM

PERÍODO ANÁLISIS ENERO A MARZO 2019

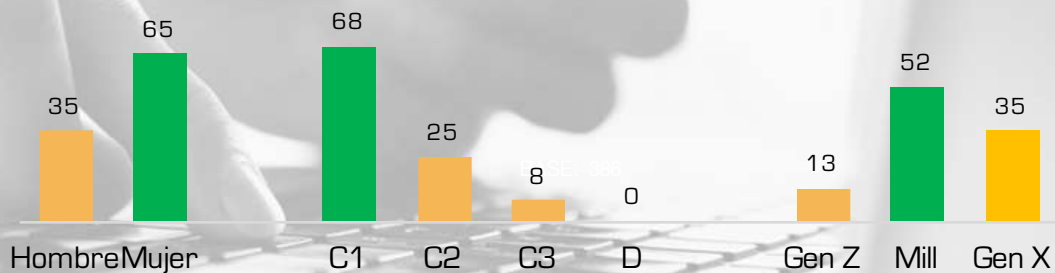
10% CONSIDERANDO EL PERÍODO ESTIVAL. PARA TODO EL 2018 LLEGÓ A 12%

10%

DE LOS COMPRADORES
DECLARARON HABER HECHO SUS
COMPRAS DE ALIMENTACIÓN A
TRAVÉS DE LA APP/WEB DE
CORNERSHOP
PERÍODO ENERO A MARZO 2019

¿QUIÉNES COMPRARON EN CORNERSHOP DURANTE EL 2019?

MUJERES, PERFIL NSE C1 Y MILLENNIALS



GEN.Z
14-24

MILLENNIALS
27-38

GEN.X
40-55



PANEL & OBSERVATORIO TRIMESTRAL DE COMPORTAMIENTO DE USO DEL CANAL ECOMMERCE EN RM Y REGIONES II, V & VIII.

CAPÍTULO 6. ÚLTIMA MILLA
PERIODO 2018 Y TRIMESTRE ENERO-MARZO 2019

KAWÉSQR LAB
INSIGHT · RESEARCH · STRATEGY

CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO