



## RESULTADOS CYBER DAY 2019 – EVALUACIÓN EXPRESS (900 CASOS)



**KAWÉSQAR LAB**  
INSIGHT • RESEARCH • STRATEGY



## PANEL & OBSERVATORIO CYBER DAY 2019

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

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

MEDICIÓN EXPRESS REALIZADA UNA SEMANA DESPUÉS DE FINALIZADO EVENTO CYBER DAY.

REGISTRO DE COMPORTAMIENTO DE USO VÍA PANEL ONLINE

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

ERROR MUESTRAL DE 4.5% EN RM Y 6.7% EN REGIONES

900 CASOS  
(600 EN RM Y 300 EN REGIONES)

37 COMUNAS DE REGIÓN METROPOLITANA

17 CATEGORÍAS Y MÁS DE 55 SUBCATEGORÍAS EVALUADAS EN CADA MEDICIÓN

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



**KAWÉSQR LAB**  
INSIGHT • RESEARCH • STRATEGY

**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.**

## PANEL & OBSERVATORIO DE CYBER DAY

DETALLE DE CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS QUE COMPONEN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

<b>VESTUARIO</b>	Vestuario hombre, mujer, ropa interior y lencería, niño o niña
<b>CALZADO</b>	Calzado hombre, mujer, niña o niño
<b>DEPORTES</b>	Vestuario y calzado deportivos, bicicletas, equipamiento y accesorios deportivos
<b>TECNOLOGÍA</b>	Computación, electrodomésticos, cuidado personal, climatización, televisión e imagen, audio, fotografía y video, telefonía y videojuegos
<b>ELECTROHOGAR</b>	Línea blanca, electrodomésticos, cuidado personal y climatización
<b>MUEBLES Y DECORACIÓN</b>	Iluminación, muebles, decoración, alfombras, artículos de temporada
<b>MEJORAMIENTO DEL HOGAR</b>	Herramientas, menaje, parrillas, ferreterías, materiales, climatización
<b>ACCESORIOS Y REGALOS</b>	Relojes, joyas, regalos, libros infantiles, libros para adultos, bolsos, carteras
<b>BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL</b>	Cremas, lociones, maquillaje, perfumería, productos para el cabello, SPA, masajes, depilación, artículos de limpieza personal

<b>INFANTIL</b>	Coches y sillas para automóviles, juguetes y rodados
<b>VIAJES</b>	Pasajes, alojamiento, Rent a car, bolsos y maletas
<b>ALIMENTACIÓN Y DELIVERY</b>	Supermercado, bebestibles no alcohólicos, vinos, cervezas y licores, frutas y verduras Comida a domicilio (delivery)
<b>ENTRETENCIÓN</b>	Tickets espectáculos, conciertos, cine y otras actividades de entretención, videojuegos y accesorios, música, cómics y juguetes coleccionables, radiocontrolados y juegos de salón
<b>MASCOTAS</b>	Alimentación, vestuario y accesorios y medicamentos
<b>COCINA Y MANUALIDADES</b>	Artículos para cocinar, artículos para repostería y artículos para manualidades
<b>INMOBILIARIO</b>	Casas y departamentos
<b>AUTOMOTRIZ</b>	Automóviles, accesorios, neumáticos, baterías, repuestos

<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:yellow; border:1px solid black;"></span> Blandos	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:green; border:1px solid black;"></span> Alimentos
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:blue; border:1px solid black;"></span> Durables	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:purple; border:1px solid black;"></span> Viajes
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border:1px solid black;"></span> Hogar	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:white; border:1px solid black;"></span> Otros



## RESULTADOS CYBER DAY 2019 – % DE PARTICIPACIÓN Y CATEGORÍAS

# LA COMPRA EN EVENTOS CYBER SE TIENDE A ESTABILIZAR TANTO EN REGIONES COMO EN SANTIAGO, PARA LOS ÚLTIMOS 3 PERÍODOS

## CYBER DAY 2019

% DE USUARIOS QUE DECLARAN HABER COMPRADO EN EL PERIODO CYBER DAY 2019

**55%**

USUARIOS REALIZÓ COMPRAS EN CYBER DAY 2019 RM

**56%**  
REGIONES

Base: 600 CASOS RM - 300 REGIONES

## COMPARATIVO OTROS EVENTOS CYBER 2018 Y 2017:

% DE USUARIOS QUE DECLARAN HABER COMPRADO EN EL PERIODO EVENTO REGIÓN METROPOLITANA

**49%**

CYBER MONDAY 2017 RM

**62%**

CYBER DAY 2018 RM

**61%**

CYBER MONDAY 2018 RM

**56%**

CYBER MONDAY 2018 REGIONES

## NUEVOS

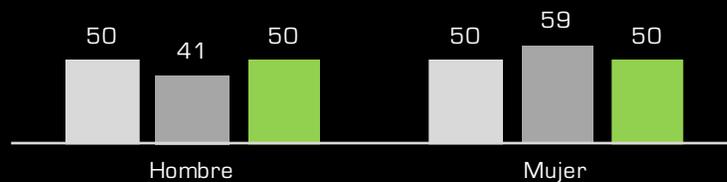
% NUNCA HABÍAN COMPRADO EN EVENTO CYBER ANTERIOR

**34%**

**36%**

# EVENTOS DE CYBER SE PERFILAN COMO INSTANCIAS DE ATRACCIÓN PARA UN PERFIL DE COMPRADOR MENOS FRECUENTE, QUE BUSCA LOS DESCUENTOS OFRECIDOS DURANTE ESTOS DÍAS

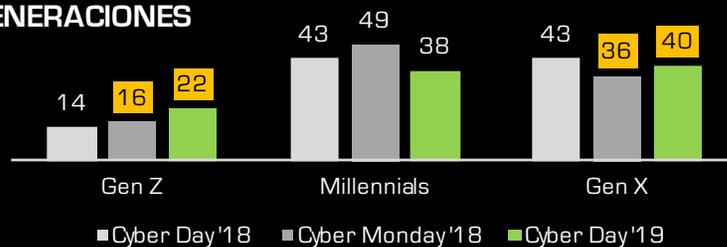
## SEXO



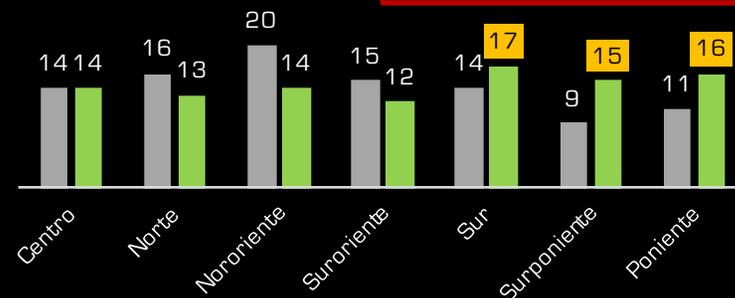
## NIVEL SOCIOECONÓMICO



## GENERACIONES



## ZONAS RM



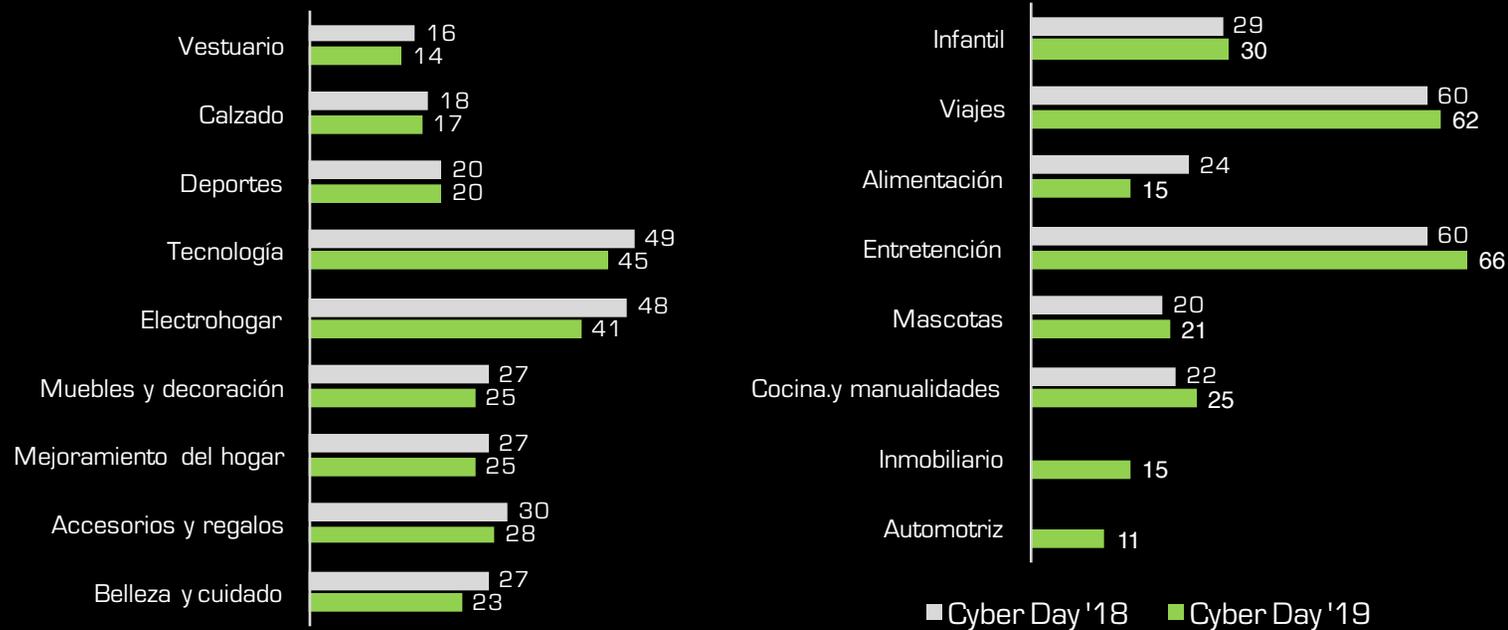
GEN.Z	MILLENNIALS	GEN.X
14-24	27-38	40-55

Base: 267 RM 116 Regiones

**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 Bachecha, Nuñoa, 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 USUARIOS DE RM: ENTRETENCIÓN, VIAJES, TECNOLOGÍA Y ELECTROHOGAR MANTIENEN SU RELEVANCIA

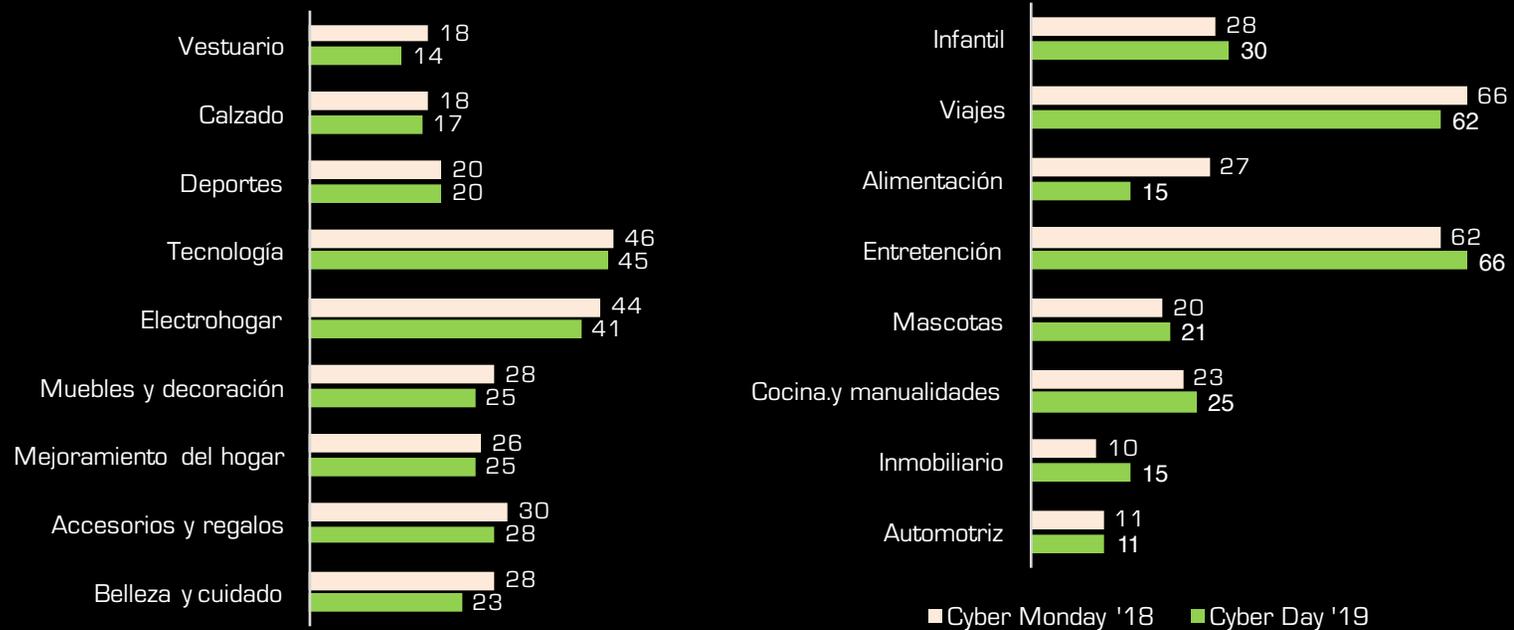
% DE CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR CATEGORÍA ENTRE EVENTOS CYBER DAY



Base: COMPRADORES CYBER RM

# LAS TENDENCIAS SE MANTIENEN AL COMPARAR CON EVENTO 2018 DE CYBER MONDAY

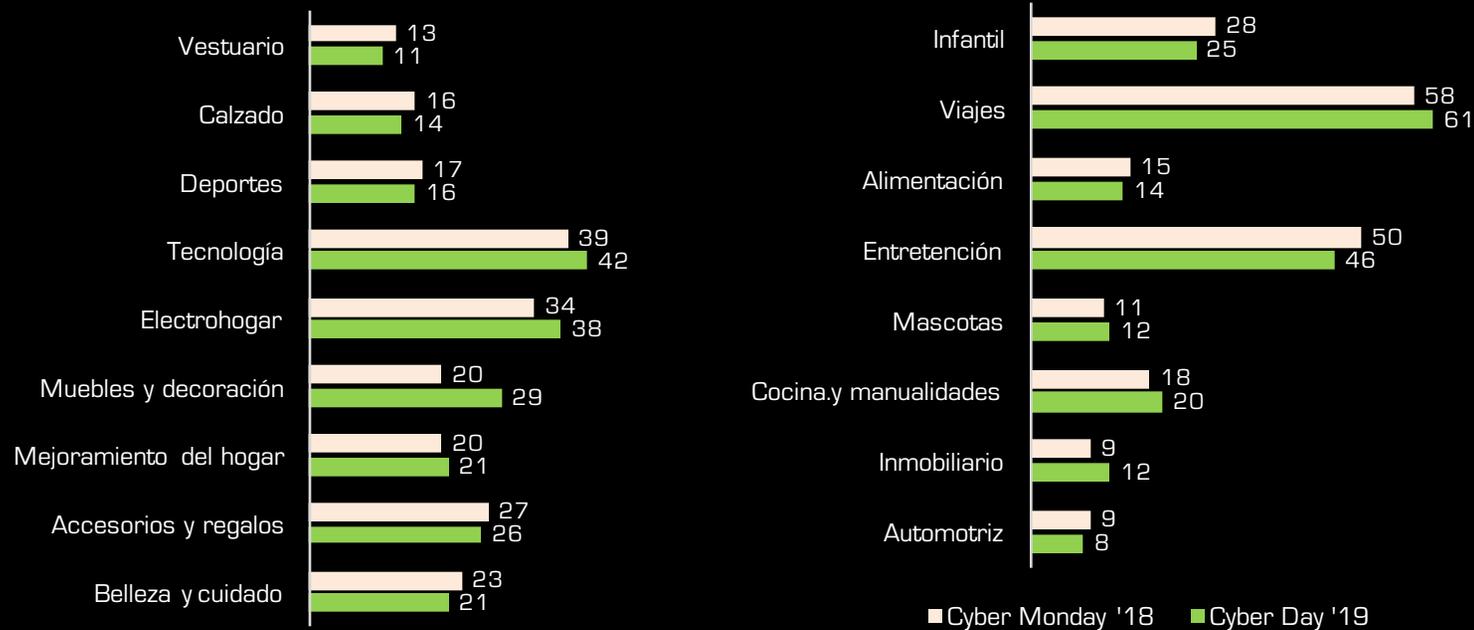
% DE CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR CATEGORÍA CYBER DAY VS CYBER MONDAY



Base: COMPRADORES CYBER RM

# EN REGIONES EL LIDERAZGO LO MANTIENEN VIAJES, ENTRETENCIÓN Y LÍNEAS DURAS

% DE CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR CATEGORÍA ENTRE EVENTOS CYBER DAY 2019 VS CYBER MONDAY '18

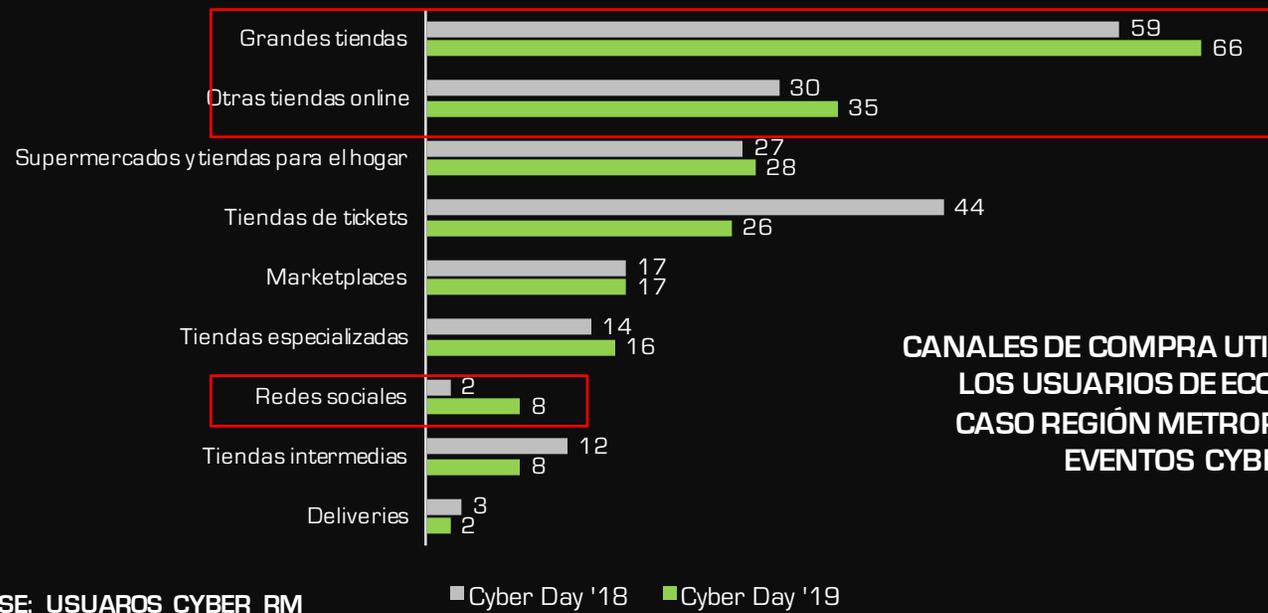


Base: COMPRADORES CYBER REGIONES



## RESULTADOS CYBER DAY 2019 – % DE USO CANALES

# EL USO DEL CANAL GRANDES TIENDAS EXPERIMENTA UN MAYOR USO EN RELACIÓN AL CYBER DAY 2018

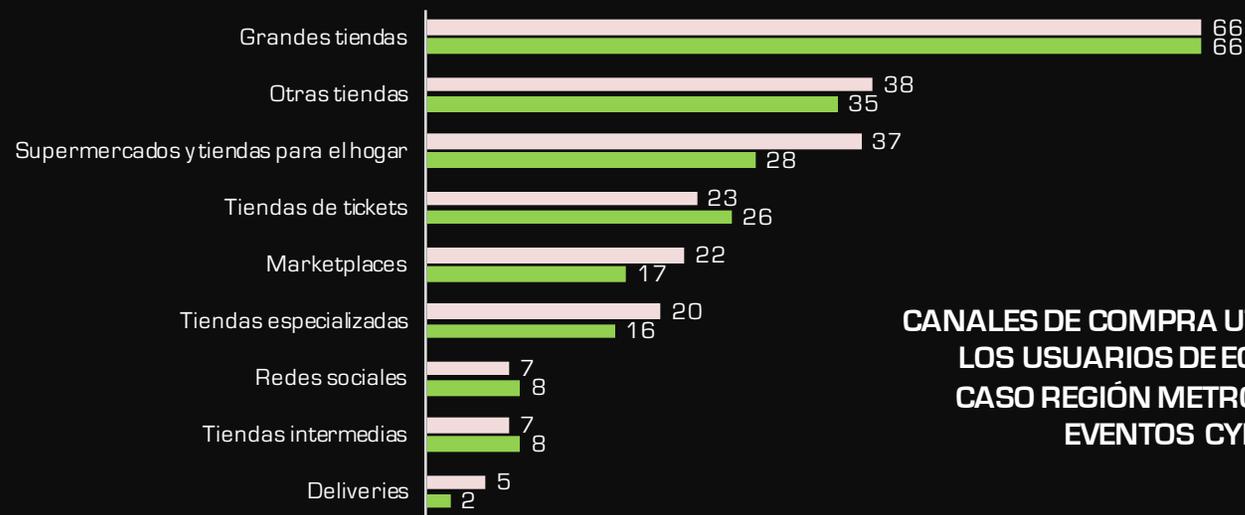


**CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR  
LOS USUARIOS DE ECOMMERCE  
CASO REGIÓN METROPOLITANA  
EVENTOS CYBER**

BASE: USUARIOS CYBER RM

■ Cyber Day '18 ■ Cyber Day '19

SI COMPARAMOS CON CYBER-MONDAY, MANTIENE UNA PROPORCIÓN SIMILAR EN GRANDES TIENDAS.

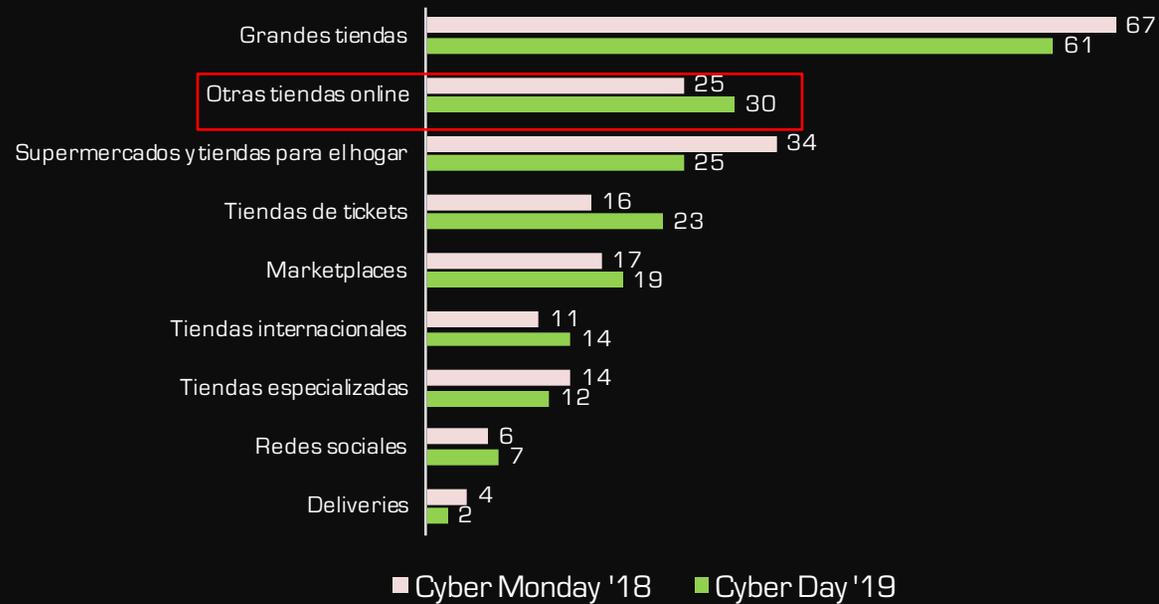


CANALES DE COMPRA UTILIZADOS POR  
LOS USUARIOS DE ECOMMERCE  
CASO REGIÓN METROPOLITANA  
EVENTOS CYBER

BASE: USUARIOS CYBER RM

■ Cyber Monday '18 ■ Cyber Day '19

## EN REGIONES, LAS GRANDES TIENDAS TAMBIÉN MANTIENEN SU CLARO LIDERAZGO; CRECEN "OTRAS TIENDAS ONLINE"



Base: USUARIOS CYBER REGIONES

KAWÉSQR LAB  
INSIGHT · RESEARCH · STRATEGY



## RESULTADOS CYBER DAY 2019 – TIPOS DE DESPACHO / ULTIMA MILLA

# CLICK AND COLLECT Y DESPACHO SE REPARTEN RM, MIENTRAS EL CLICK AND COLLECT ES EL MÁS UTILIZADO EN REGIONES

	CYBER DAY 2019	RM		REGIONES (II, V, VIII)	
		CYBER MONDAY '18	CYBER DAY '18	CYBER DAY 2019	CYBER MONDAY '18
SE LO FUERON A DEJAR A SU HOGAR	71%	67%	71%	57%	67%
LO FUE A RETIRAR A UNA TIENDA	67% ↑	62%	56%	77% ↑	63%
LO FUE A RETIRAR A UNA CASILLA U OFICINA POSTAL	5%			5%	
OTRO TIPO DE DESPACHO	5%			4%	
NO SOLICITÓ DESPACHO	3%			4%	

PRINCIPALMENTE TICKETS DE ENTRADAS, TICKETS DE VIAJE, CUPONES.

BASE USUARIOS CYBER DAY

AR LAB  
H - STRATEGY

# UNO DE CADA 10 COMPRADORES DE CYBER, DECLARARON HABER TENIDO UN PROBLEMA CON EL DESPACHO (10 DÍAS POSTERIORES AL TÉRMINO DEL EVENTO)

## PROBLEMAS EN DESPACHO

% DE USUARIOS QUE DECLARAN HABER COMPRADO EN CYBER Y QUE HAN TENIDO ALGÚ TIPO DE PROBLEMA

**12%**

TASA DE PROBLEMAS EN  
CYBER DAY 2019 EN RM  
10% EN REGIONES

Base: USUARIOS DE CYBER

## PRINCIPALES CATEGORÍAS CON PROBLEMAS

% DE USUARIOS QUE DECLARAN HABER COMPRADO EN EL PERIODO EVENTO  
REGIÓN METROPOLITANA

VESTUARIO

CALZADO  
(REGIONES)

INFANTIL  
(RODADOS,  
JUGUETES,  
ACCESORIOS)

ALIMENTACIÓN



## RESULTADOS CYBER DAY 2019 – EVALUACIÓN EVENTO

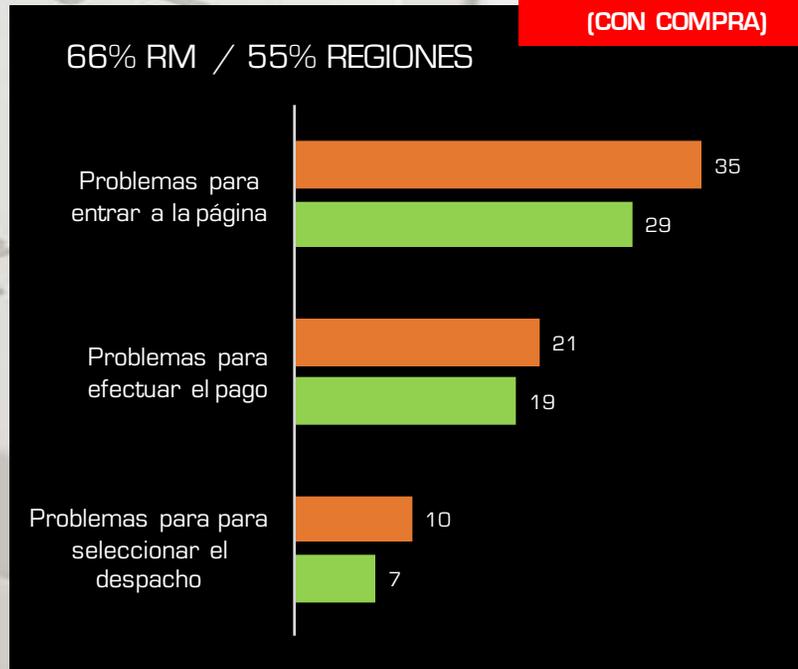
# FRENOS PARTICIPACIÓN CYBER DAY VS FRENOS EN USABILIDAD USUARIO CYBER DAY

## PROBLEMAS DE EXPERIENCIA USUARIO CYBER

### PROBLEMAS EX ANTE (SIN COMPRA)



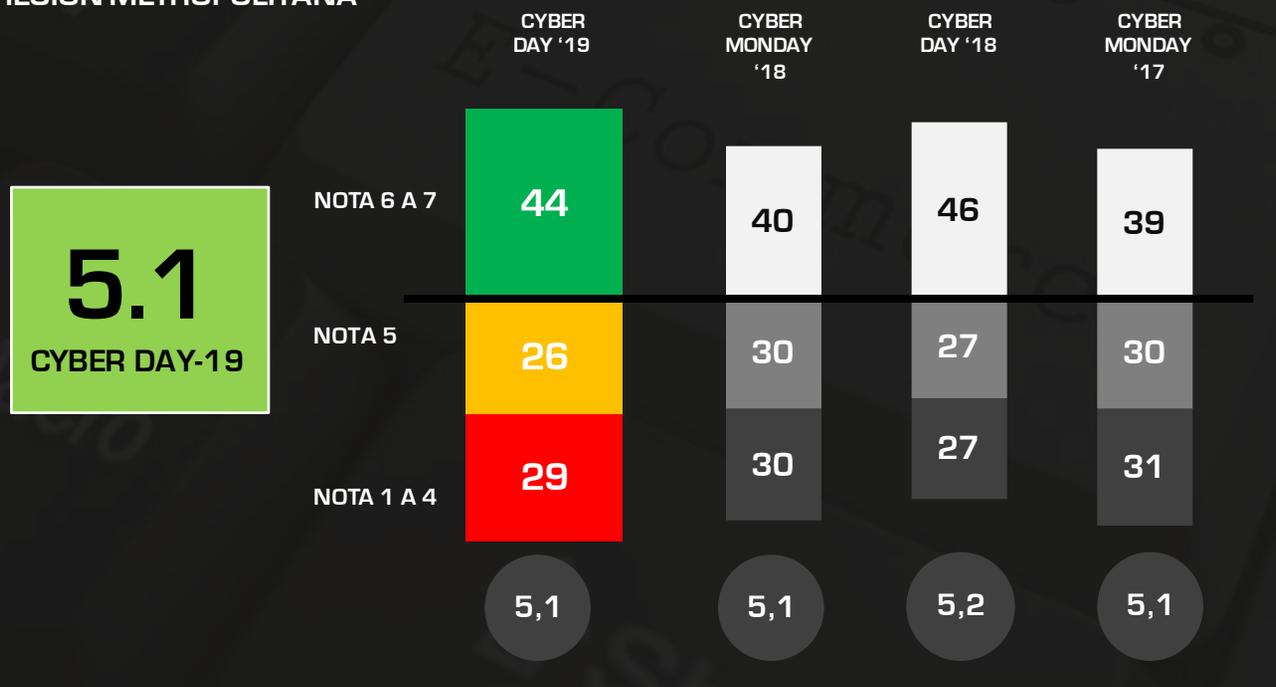
### PROBLEMAS EX POST (CON COMPRA)



# LA EVALUACIÓN GENERAL EN RM SE MANTIENE ESTABLE PARA EL EVENTO

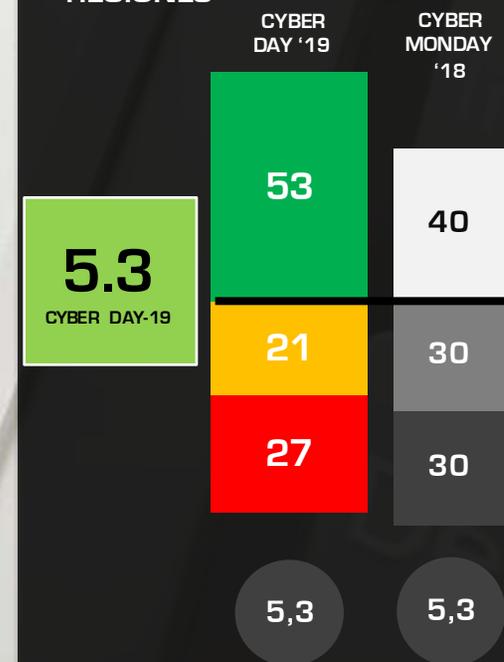
## EVALUACIÓN DE LA COMPRA EN EVENTO CYBER DAY 2019

### REGIÓN METROPOLITANA



Base: USUARIOS CYBER DAY RM

### REGIONES



KAWÉSQAR LAB  
INSIGHT · RESEARCH · STRATEGY

# LA EVALUACIÓN DEL CYBER EN REGIONES TAMBIÉN SE MANTIENE ESTABLE

## EVALUACIÓN ASPECTO DE LA COMPRA EN EVENTO CYBER DAY-19

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



## RESULTADOS CYBER DAY 2019 – EVALUACIÓN EXPRESS (900 CASOS)