La tecnología
al servicio de las experiencias

Pía Valdivieso
Gerente de Market Insights

MEJORES EXPERIENCIAS

a través de

Desempeño

Innovación y calidad

Simplicidad

Haz mi vida más fácil!

Premium

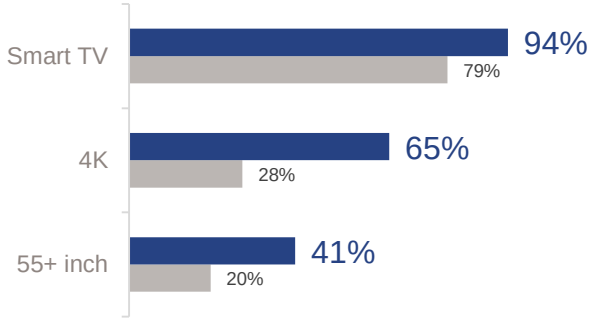
Quiero darme un gusto

Inmediatez

Lo quiero ahora!

DESEMPEÑO

Valor % 2018 vs 2016



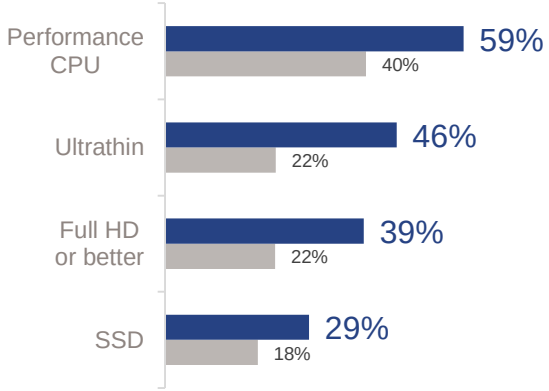
Y por qué le importa al consumidor?

- ☑ Más placer en mejor calidad de imagen
- ☑ El tamaño sí importa

Source: GfK POS Tracking, CHILE3D 2019

DESEMPEÑO

Valor % 2018 vs 2016



Source: GfK POS Tracking

Y por qué le importa al consumidor?

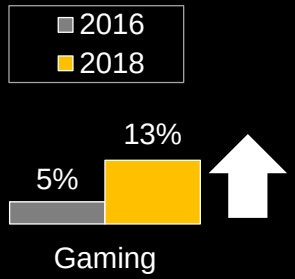
- Movilidad, diseño y estilo de vida en formato ultra delgado
- Experiencias de juego superiores

Gaming
De un mercado nicho a una industria

Notebooks Gamers
Valor

+267%

Growth Rate
2016 vs. 2018



Consolas
Valor

+54%

Growth Rate
2016 vs. 2018

15% Juega juegos electrónicos a menudo

21% C1b

34% Gen Z

28% tiene una consola de juegos

50% C1b

36% Gen Z

Source:GfK POS Tracking, CHILE3D 2019

“Esclavos” del celular

Frecuentemente reviso el celular aunque no haya sonado	54%
Lo primero que hago al levantarme es revisar el celular	52%
A veces pienso que uso mucho el celular	48%
En ocasiones me han pedido que deje el celular para prestar mayor atención	43%
A veces no puedo contenerme y uso mi celular aun cuando sé que no es lo correcto (funerales, cine, etc)	43%
He tenido peleas con mi pareja por el uso del celular	37%
Utilizo el celular en ocasiones que pueden ser peligrosas como cruzar la calle, manejar, bajar escaleras.	37%
He tenido accidentes por ir distraído con mi celular	25%

Source: CHILE3D 2019

Los consumidores valoran la INNOVACIÓN

Ventas de celulares 2018

-7%
Valor

-14%
Volumen

35 meses
recambio

Se echó a perder
31%

Obsoleto, cambio de sistema operativo
22%

"Me gusta probar la nueva tecnología que aparece" **44%**

65% Gen Z

58% Millennials

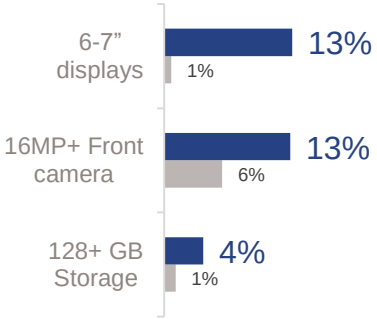
51% ***"Me gusta probar productos nuevos"***

67% ABC1a

61% Millennials

Source: GfK POS Tracking, CHILE3D 2019n

Valor % 2018 vs 2016



46%

"Estoy constantemente preocupado de quedarme sin batería"

¿Y por qué le importa al consumidor?

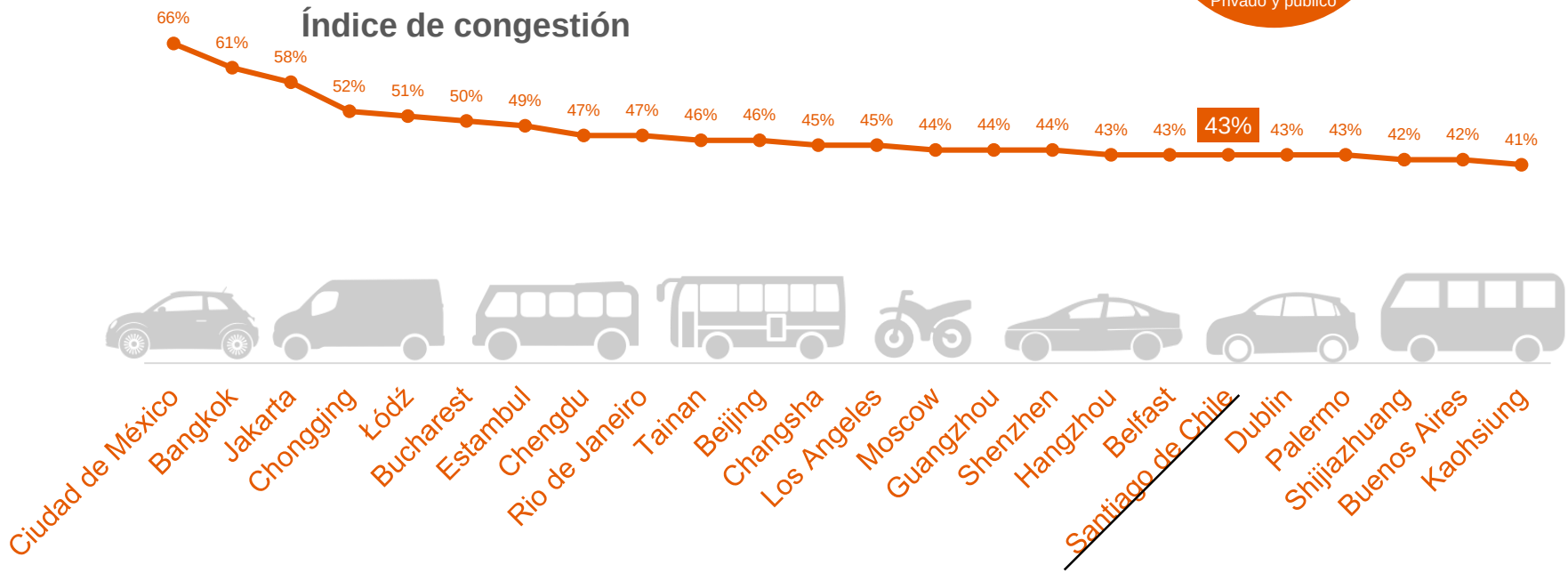
- ☑ Capturar y compartir momentos
- ☑ Quiero llevar mi mundo conmigo

Source: GfK POS Tracking, CHILE3D 2019

Destinamos muchas horas a trasladarnos

40 y **60 min**
Tiempo de traslado
Privado y público

Gran Santiago
CASEN 2015



Source: CASEN 2015, TOMTOM Traffic Index

Y pasamos menos tiempo haciendo las cosas de la casa

"Dedico más de 5 horas a la semana a realizar tareas domésticas"

2018	24%	
2017	26%	
2016	31%	
2015	32%	

66%

"Tratamos de distribuirnos equitativamente las distintas tareas domésticas"

72% C2

70% Gen Z

Source: GfK Consumer Life 2018, CHILE3D 2019

Simplicidad para activar la disposición a gastar del consumidor

¿Qué tan importante son estas características cuando se trata de hacer una “buena compra”?

88% Que me facilite la vida

79% Que sea multifuncional

50%

“Estoy dispuesto a pagar más por productos que me facilitan la vida”

68% ABC1a

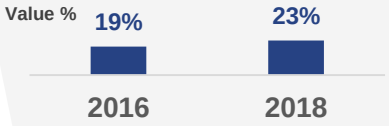
57% Millennials

Source: CHILE3D 2019

- Menor cantidad de viajes al supermercado
- Tiempo – Eficiencia - Ahorro
- Más tiempo para otras actividades
- Destinar menos tiempo a cocinar

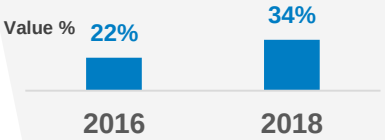
Refrigeradores >500 litros

Growth Rate **+17%**



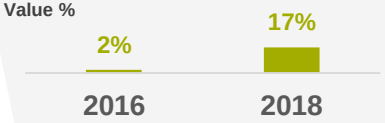
Lavadoras >16 kilos

Growth Rate **+68%**



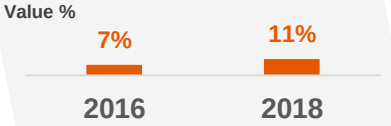
Aspiradoras Robot

Growth Rate **+1079%**



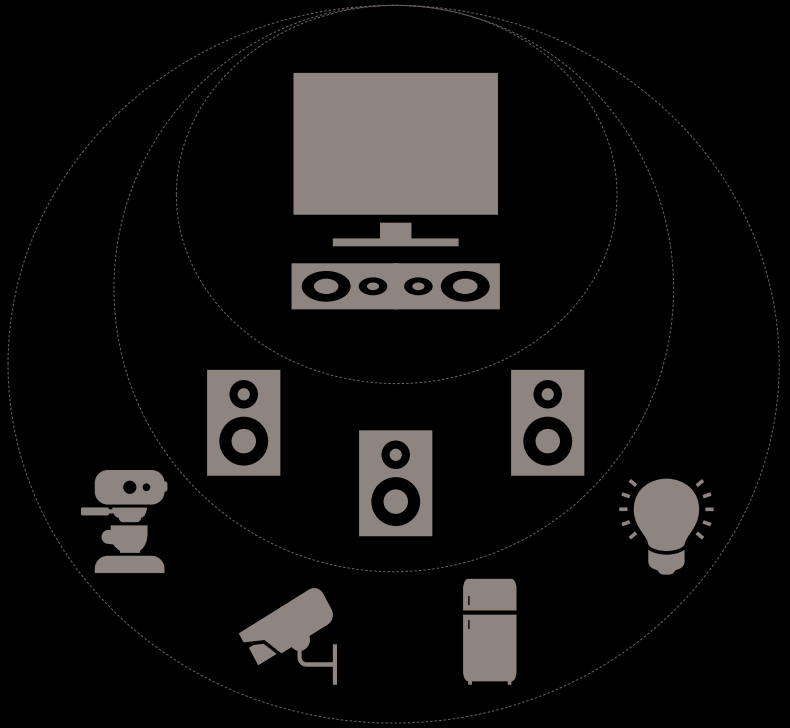
Máquinas de cocina

Growth Rate **+79%**



SMART HOME

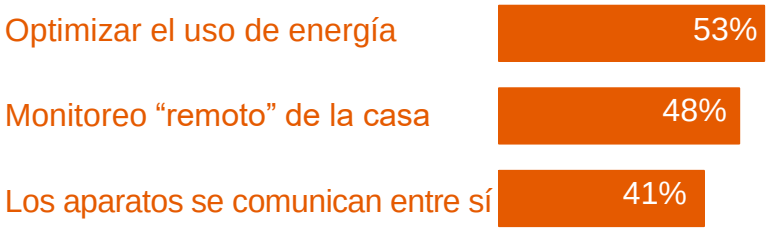
Entregando conveniencia
a través de la **Simplicidad**



Dispositivos inteligentes para satisfacer las necesidades básicas del día a día y de seguridad

	Share (units) productos SMART por categoría en Europa*	Growth Rate 2018 (units)
Entretenimiento Smart	53%	+10%
Línea Blanca Smart	6%	+97%
Electrodomésticos Smart	8%	+37%
Automatización & Seguridad del Hogar	18%	+26%

Usos más relevantes para el consumidor

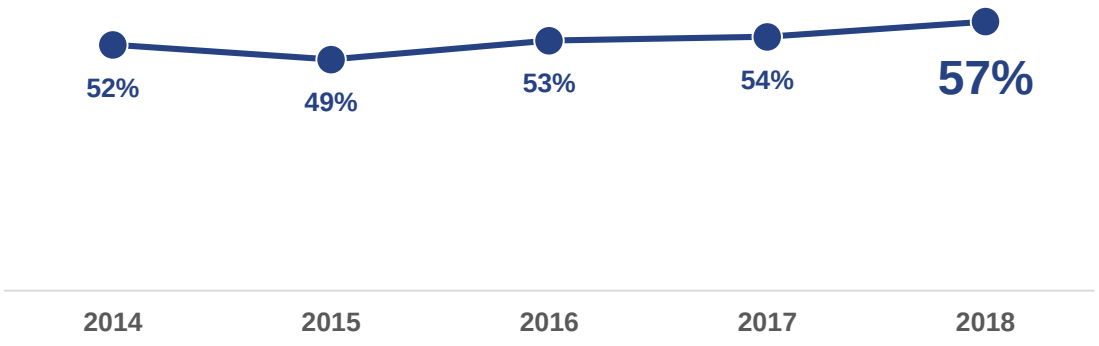


Source: GfK Point of Sales Tracking DE FR GB NL IT ES – Jan-Dec 2018. GfK Consumer Insights Engine

¿Qué tan premium somos los chilenos?

Microondas mecánicos

Share Unidades



40% ***"Pierdo interés en cualquier producto tecnológico que sea demasiado complicado de usar"***

Source: GfK POS Tracking, CHILE3D 2019

Productos “premium” destacan por su crecimiento

Growth Rate 2016-2018 (valor)

Centro de planchado

+73%

Planchas

-4%

Smart Watches

+227%

Side by Side

+22%

Refrigeradores

0%

Audífonos con bluetooth

+208%

Audífonos

+53%

Full Automáticas

+60%

Cafeteras

+37%

Ultrathin

+93%

Notebooks

-7%

Depiladoras IPL

+55%

Depiladoras

+13%

Carga Frontal

+24%

Lavadoras

+8%

Source: GfK POS Tracking

La identidad y aspiraciones del consumidor se ven reflejadas en lo que compra

54%

"Acostumbro a premiarme de vez en cuando comprándome algo"

- 65% Millennials
- 64% ABC1a

40%

"Mi individualidad se refleja en lo que compro"

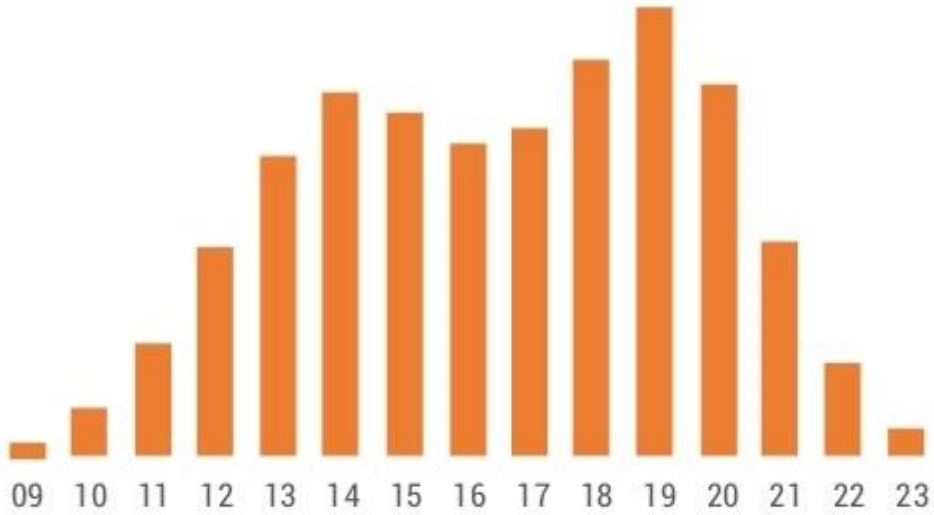
- 48% ABC1a
- 46% Millennials y Gen Z
- 43% Mujeres

Source: CHILE3D 2019

Lo quiero ahora

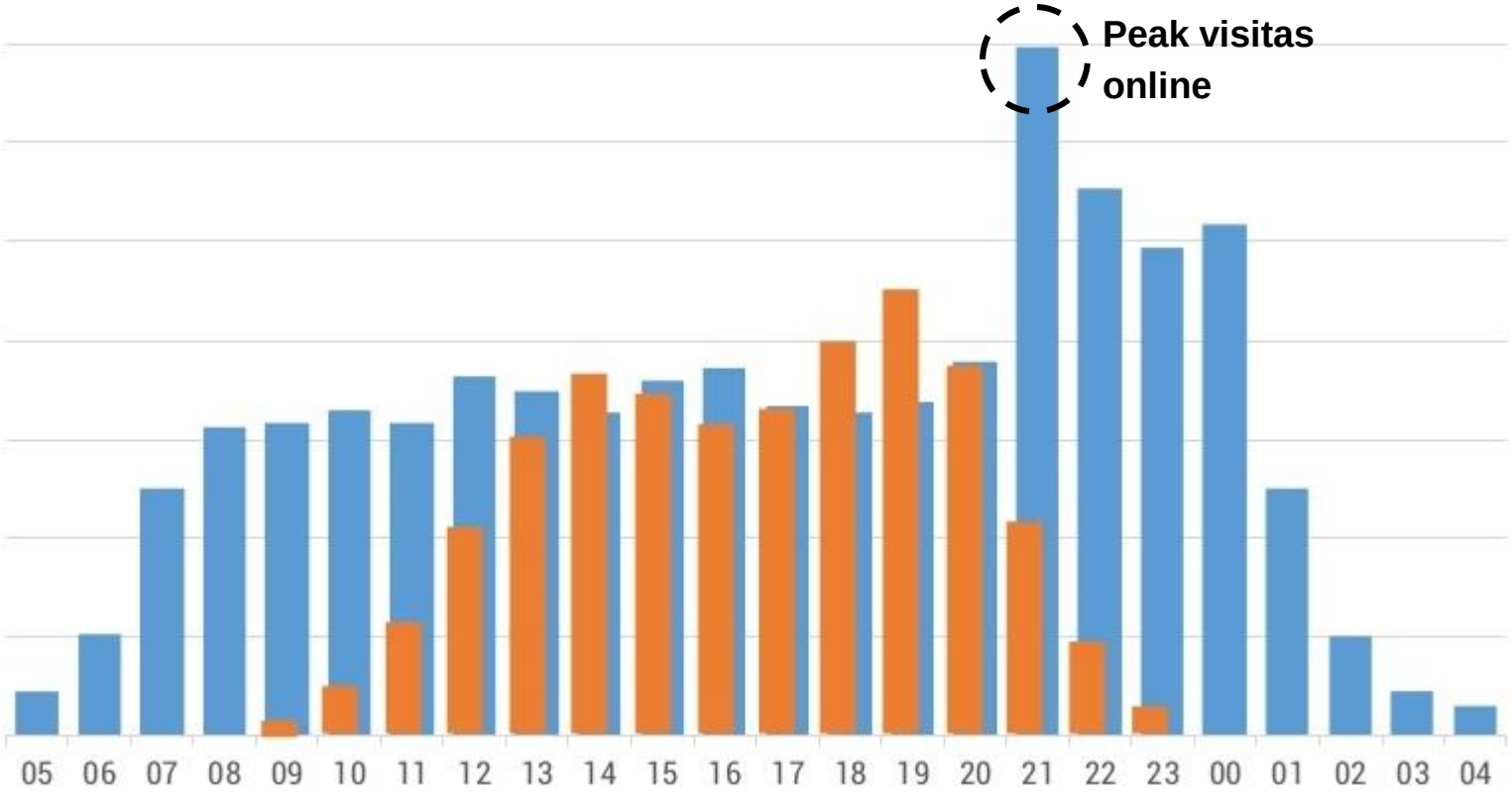
Cumplir con la experiencia
de compras sin fronteras es una oportunidad

Estructura horaria visitas al mall



Source: CCS

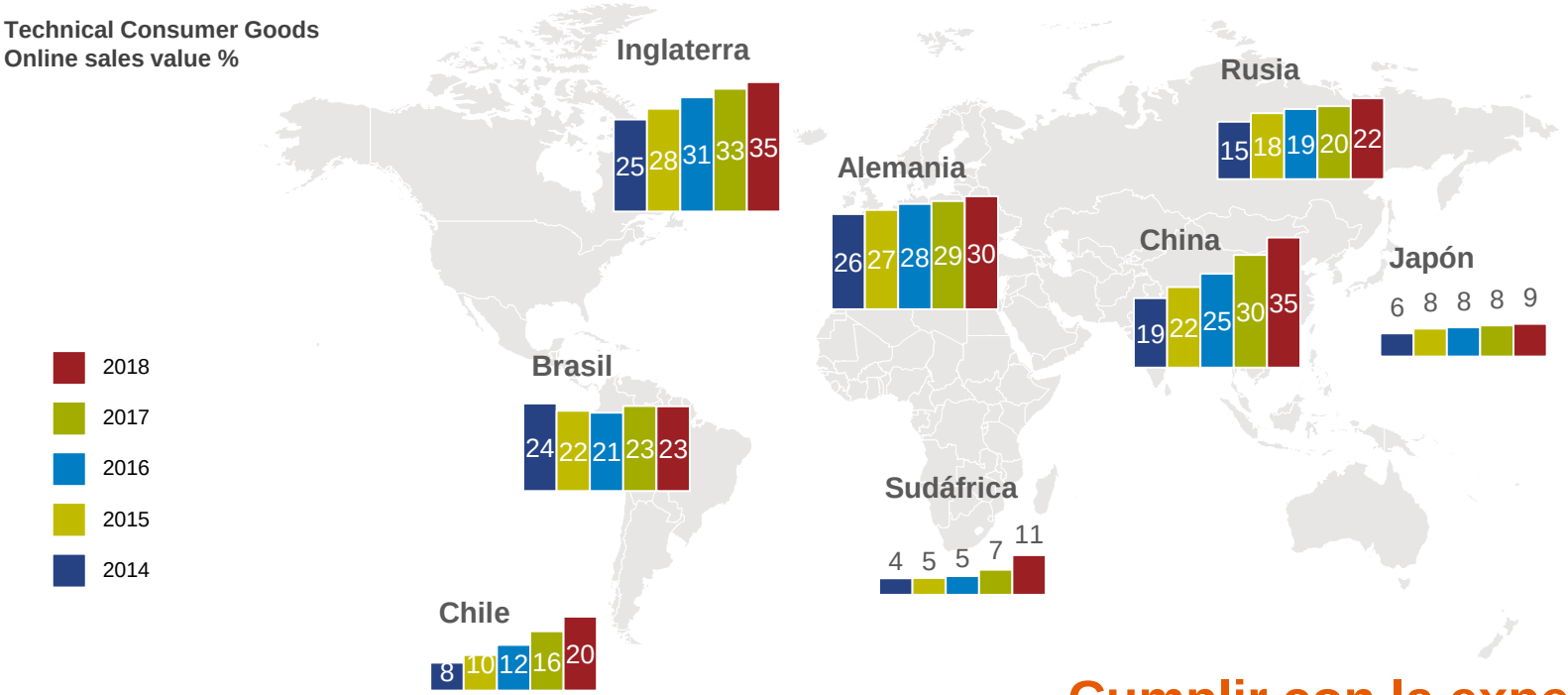
Estructura horaria visitas al mall vs tienda online



Source: CCS

Source: CHILE3D 2019

Venta online como tendencia global



Cumplir con la experiencia de compra sin fronteras

Source: GfK Point of Sales Tracking
Technical Consumer Goods (TCG): Consumer Electronics, IT, Office Equipment, Multifunctional Technical Goods, Photo, Telecom, Small & Major Domestic Appliances, Personal Diagnosis Devices

Eventos promocionales han influido en el crecimiento del canal online

De la venta online 2018 se realizó durante las dos semanas de cyber

Considera muy importantes los eventos de precios como cybermonday o blackfriday y harían que comprara más por internet

Source: GfK POS Tracking, CHILE3D 2019

Las compras móviles desdibujan las fronteras entre los canales

37%

"Mi celular rápidamente se está convirtiendo en mi herramienta de compra más importante"

50% Gen Z

47% C2

14%

de los compradores online de Electrónica y Smartphones realizaron la compra en su **smartphone mientras estaba en la tienda**

21% Millennials

16% Mujeres

15% para compradores de Belleza y Cuidado Personal

Source: CHILE3D 2019, GfK Future Buy 2018

DESEMPEÑO
Innovación y calidad
SIMPLICIDAD
Haz mi vida más fácil
PREMIUM
Quiero darme un gusto
INMEDIATEZ
Lo quiero ahora!
Las claves de entregar mejores experiencias a través de la tecnología