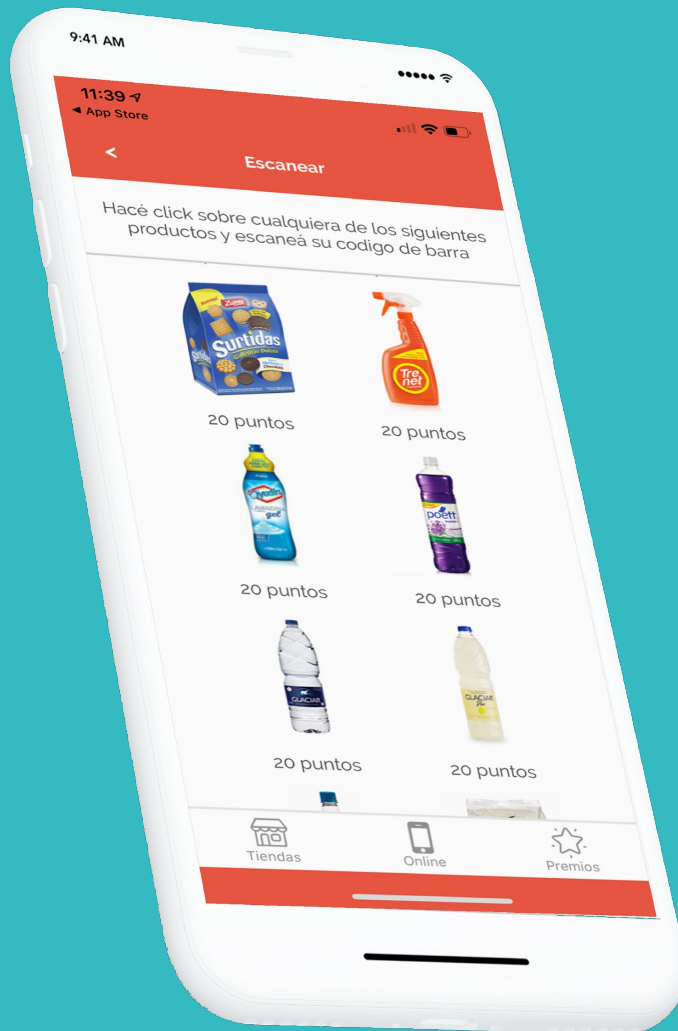


ShopApp

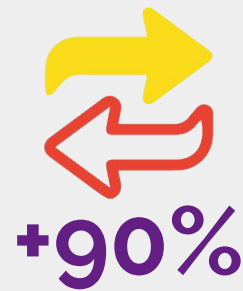
KNOWHOW
I N N O V A



Cambios en los hábitos de compra durante el Covid-19

NUEVO ESCENARIO

El COVID-19 ha cambiado radicalmente los hábitos de compra de la mayoría de los argentinos. Ante este nuevo contexto, se volvió prioridad para ShopApp y Know How Innova comprender cómo responden los shoppers. Con este fin, realizamos una encuesta entre usuarios de ShopApp, residentes en CABA y GBA, entre el 06/04 y 13/04, para obtener información sobre sus cambios de actitud y comportamiento durante esta crisis económica y sanitaria.



+90%
**de los shoppers
modificaron sus
hábitos de compra
para el hogar**

ShopApp es la app que conecta marcas y shoppers durante todo el camino de compra. Los shoppers viven una *experiencia personalizada* con la marca y estas obtienen *insights* en tiempo real.

Know How Innova es una consultora de investigación de mercado con amplio expertise en estudios de diversas categorías y de opinión pública, siempre en la búsqueda de insights significativos.

SHOPPER INSIGHTS

Al 74% de los shoppers les genera preocupación realizar las compras

Para el 49% la mayor preocupación es estar en contacto con mucha gente. Con menores menciones están preocupados por salir de la casa (26%), encontrar stock (10%) o por gastar más de lo previsto (13%).

El 90% está tomando precauciones adicionales al momento de realizar las compras.

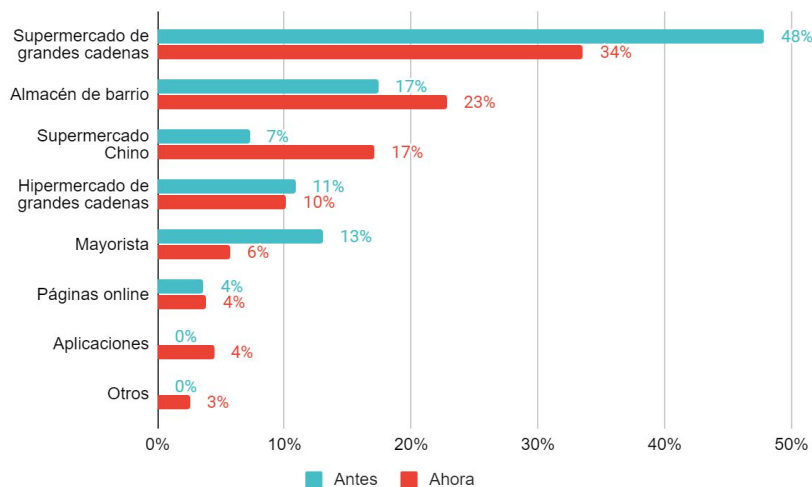
Entre las principales precauciones se encuentran usar desinfectante en manos y carritos (65%), comprar una mayor cantidad de productos para evitar volver (62%) y comprar en horarios menos concurridos (61%)

En menor medida se menciona el uso de tarjetas de crédito/débito para evitar el efectivo (41%) y usar guantes de látex/barbijos (29%)

El 72% cambió su lugar habitual de compra.

Para 5 de cada 10 shoppers el principal motivo de cambio de punto de venta es desplazarse menos recurriendo a uno más cercano.

Los canales favorecidos por este cambio son los almacenes de barrio, supermercados chinos y en menor medida aplicaciones (Pedidos Ya, Glovo, Rappi)



Antes y después de Covid-19. Canal donde realizan la principal compra.

+72%

Compra con menor frecuencia.

1,5

Promedio de compras por semana.

+58%

Gasta más por cada compra.



Frecuencia de compra online y app

Más allá de donde realizan la compra principal, el 26% de los shoppers está realizando compras a través de páginas online con mayor frecuencia.

El 32% manifiesta un aumento en la frecuencia de compras a través de aplicaciones.

Disponibilidad de Productos

El 76% de los shoppers notaron la falta de productos básicos en su lugar de compra habitual.

El 62% se encontró con límites en la cantidad de productos que pueden comprar.

Adquisición de productos

El 67% está almacenando una mayor cantidad de productos: Entre los productos que más se abastecen se encuentran: Alimentos no perecederos (85%), artículos de limpieza (42%), carne (40%), papel higiénico (27%), fruta y verdura (24%), jabón (24%). El 80% admite que abastecerse los hace sentir más seguros.

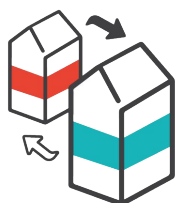
El 48% de los shoppers gasta menos en productos que no son de primera necesidad, el 22,5% gasta lo mismo, mientras que el 29,5% gasta más.

LAS MARCAS NO IMPORTAN DURANTE LA CRISIS SANITARIA



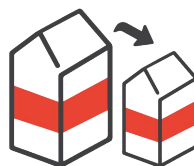
+67%

no privilegia la marca al momento de comprar un producto.



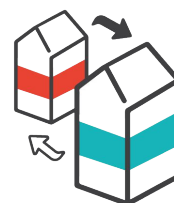
+71%

compraría una marca distinta, si la marca que suelen consumir no está disponible.



+84%

está dispuesto a probar nuevos sabores, fragancias o tamaños de las marcas que suelen consumir.



+97%

está moderadamente /muy dispuesto a probar nuevas marcas.

En medio de esta situación, es fundamental asegurar el abastecimiento de las marcas en los PDV, ya que una sustitución de una sola vez podría convertirse en un cambio de preferencia duradero.

LO QUE APRENDIMOS

El foco puesto en el cuidado de la salud altera la función del shopper, ya que al momento de la compra se encuentra más preocupado por sí mismo que por la compra en sí. Las preocupaciones anclan más en las precauciones inherentes a evitar el contagio que en la falta de stock, el no encontrar las marcas preferidas o realizar un gasto mayor al esperado.

En pos del momento actual, los shoppers modificaron su lugar de compra para desplazarse menos, impactando en la elección del canal, viéndose favorecidos los negocios de cercanía y apps. No obstante la supremacía de la modalidad de compra presencial en supermercados de grandes cadenas no fue reemplazada por la compra online.

En general al hacer las compras con menor frecuencia, se realizan compras más grandes y de mayor gasto. Se suma la seguridad que genera la conducta de stockeo en el momento actual.

La mayoría de los shoppers se centran en las compras de primera necesidad versus productos no esenciales.

En este contexto el valor y la fidelidad hacia las marcas quedan en segundo plano, privilegiándose la obtención del producto que se busca.

Es fundamental asegurar la presencia de las marcas en el PDV evitando la sustitución y potencial abandono. Así mismo las marcas deben enfocarse en facilitar lo más posible el acto de compra, considerando que la función del shopper está mutando y adquiriendo nuevas formas.



Desde ShopApp y Know How Innova queremos ayudarte a conocer más acerca del comportamiento de tu shopper en este nuevo paradigma de compra.

¿Cómo?

Realizando encuestas a la medida de las necesidades de tu empresa a través de la app móvil ShopApp.

Contactanos a
hola@shopapp.com.ar /
info@knowhowinnova.com