

Data Stories

Tech para emprender: cuando la oferta y la demanda se encuentran con los mercados

Win, Win & Win

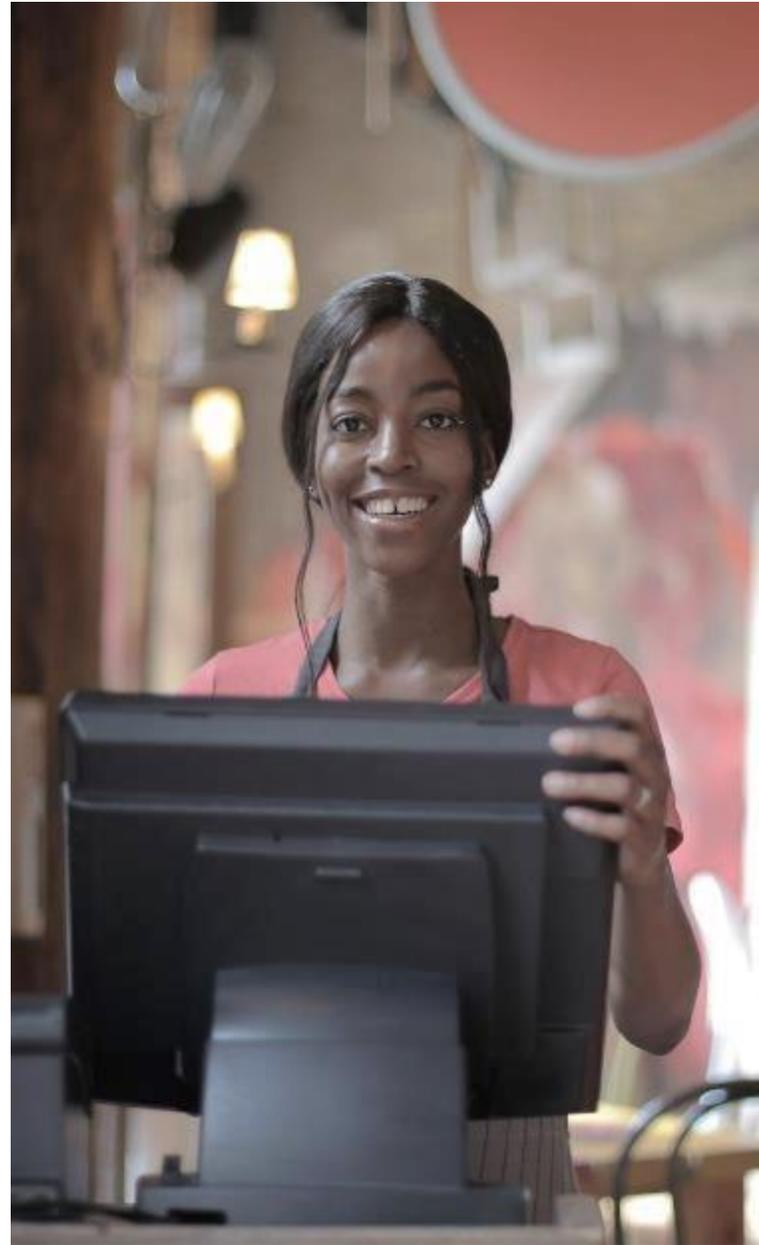
La situación económica del país ha transformado la situación laboral de los chilenos. El número de emprendedores ha crecido considerablemente en los últimos cinco años. Para convertirse en empresarios, estos profesionales encuentran en la tecnología un aliado.

Los 10 sitios de venta al por menor más consultados en Chile son lo que llamamos marketplaces, es decir, plataformas con marcas famosas que dan cabida a pequeñas y medianas empresas para que vendan sus productos a través de ellas.

Se trata de un movimiento en el que todos ganan: los grandes sitios de venta ganan escala, variedad y granularidad en sus ofertas, los vendedores tienen el tráfico y el apoyo de las grandes marcas y los consumidores tienen la seguridad de que sus compras están garantizadas por el mercado.

Con la pandemia, este modelo se amplió.

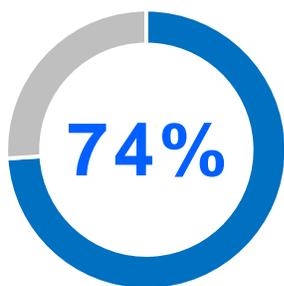
Las empresas que no podían mantener sus puertas abiertas fueron empujadas al entorno online. En las siguientes páginas, tratamos de entender algunos aspectos de esta categoría de negocio para conquistar la concienciación y la adhesión del público.



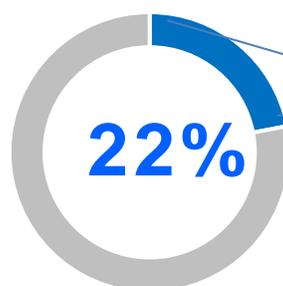
El espíritu empresarial en alza

La situación económica del país ha transformado la situación laboral de los chilenos.

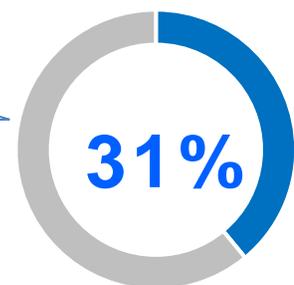
El número de profesionales independientes y los emprendedores son parte considerable en la población activa durante los últimos años.



“Me gustaría emprender mi propio negocio algún día”



Trabajador por cuenta propia/ emprendedor

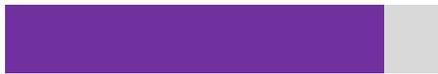


Invirtió dinero en su negocio, durante los últimos 12 meses

Herramienta de ayuda

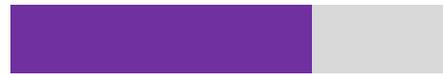
En un contexto en el que las personas buscan convertirse en empresarios o buscar nuevas fuentes de ingresos, los marketplaces son una de las opciones para impulsar las ventas.

86%



coinciden en que **"se deben aprovechar las oportunidades cuando surgen en la vida"**.

69%



coinciden en que **"buscan oportunidades para obtener ingresos adicionales, más allá del trabajo habitual"**.



Marcas Poderosas

La seguridad de las transacciones por Internet sigue siendo un obstáculo para la expansión del comercio electrónico en Chile, por lo que la reputación de las marcas de los minoristas en Internet es esencial.



Sólo el 62% de los chilenos cree que las transacciones por Internet son seguras.



Mientras que el 72% opina que **"siempre verifico las fuentes de información que recibo por redes sociales"**.

Acceso a compras online

Si observamos los 10 principales actores del comercio en línea, todos ellos tienen algún tipo de mercado. Entre ellos, se maneja tiendas físicas, y los otros son completamente digitales.

1. Mercado Libre
2. Falebella
3. Líder
4. Sodimac
5. Aliexpress
6. Paris
7. Ripley
8. Pedidos ya
9. Jumbo
10. Shein

Alrededor del 40% de las personas han comprado entre 1 y 5 veces online durante los últimos 6 meses.

Familia TGI

Descubra lo que nuestras soluciones de Inteligencia del Consumidor pueden hacer para apoyar su estrategia.

- Target Group Index;
- Target Group Index Digital View



Y mucho más...

Conozca el poder de la integración del Target Group Index escribiendo a Renato.Aguilera@kantariopemedia.com

4

Poder de Compra

Por mucho que el comercio electrónico haya crecido en el país, todavía hay un 39% de personas que no compran por Internet, lo que muestra un enorme potencial para este tipo de comercio.

Los gastos promedios en compras online depende de los ingresos. De los compradores online chilenos el 19% gasta entre 40 mil 79 mil pesos; Mientras que el 17% gasta más de 392 mil pesos.



31% De los chilenos compradores online realiza compras **una vez al mes.**



TIPOS DE PRODUCTOS

Comida para llevar	29%
Ropa/Joyería	26%
Celulares	17%
Cosméticos	17%
Aparatos domésticos	15%

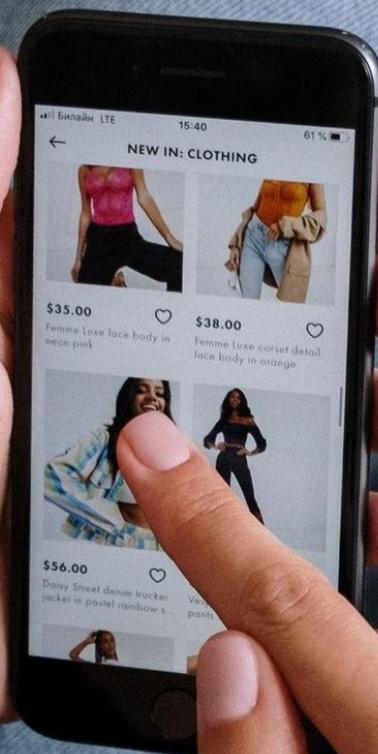
Fuente: Kantar IBOPE Media | TGI Digital View Chile 2022 R1

INFLUENCIA

El 36% de los usuarios que hizo compras online, asegura que "otras personas piden su opinión antes de comprar algún artículo nuevo".

Y esta influencia va más allá del boca a boca y se ve potenciada por Internet. Tanto es así que entre quienes realizan compras online, el 26% comenta de marcas en redes sociales.





Acerca de Kantar IBOPE Media

Kantar IBOPE Media forma parte de Kantar, líder mundial en datos, información y consultoría. La compañía impulsa el crecimiento del sector ofreciendo la información más completa y precisa sobre el consumo, el rendimiento y la inversión en medios de comunicación; y proporciona a sus clientes de América Latina datos para una mejor toma de decisiones. Kantar IBOPE Media tiene aproximadamente 3500 empleados y opera en 12 países de América Latina.