

TILO
MKT REPORT

DESARROLLA

SACCONE  ASOCIADOS

ESTUDIO DE MARKETING



RADIOGRAFÍA DEL CONSUMO PLATENSE

Especial Diciembre 14



Objetivos y metodología

Caracterización de la muestra

Preferencias de compra de los platenses

Consumo de Navidad

¿Cómo planifican las vacaciones?

Principales Emergentes





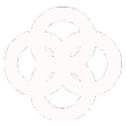
Informe sistematizado del consumidor platense



Brinda información primaria



Herramienta para tomar decisiones comerciales



Objetivos y metodología

Caracterización de la muestra

Preferencias de compra de los platenses

Consumo de Navidad

¿Cómo planifican las vacaciones?

Principales Emergentes



METODOLOGÍA

Tipo de estudio



Descriptivo

Metodología



Cuantitativa

RESPUESTAS

Instrumentos de recolección de información

- Cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas

Modalidad de contacto

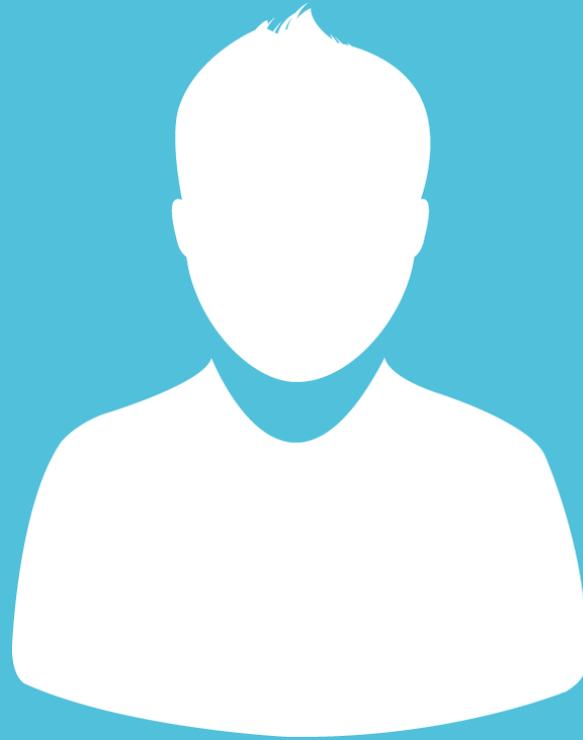
- On line (muestra verificada según zona de residencia)

Universo del estudio

- Comunidad de La Plata y alrededores

Tamaño de la muestra

- 400 casos. Con una confianza del 95% y margen de error de 4,9.



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA



Objetivos y metodología

Caracterización de la muestra

Preferencias de compra de los platenses

Consumo de Navidad

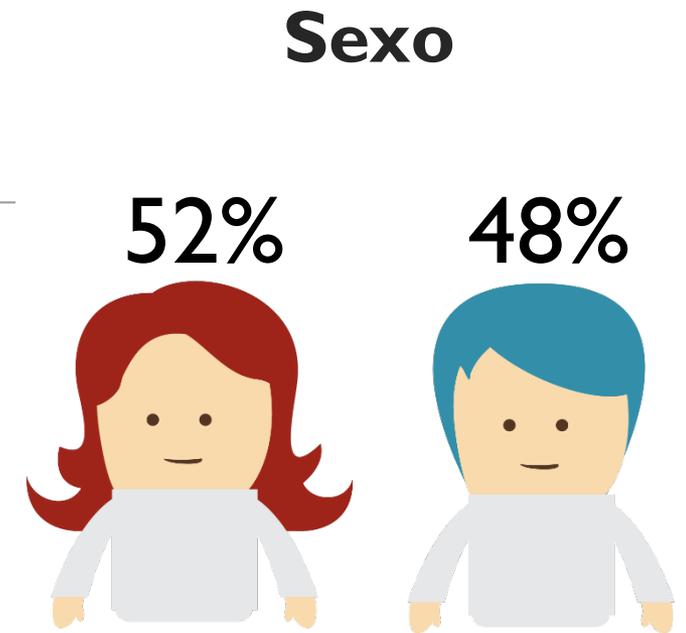
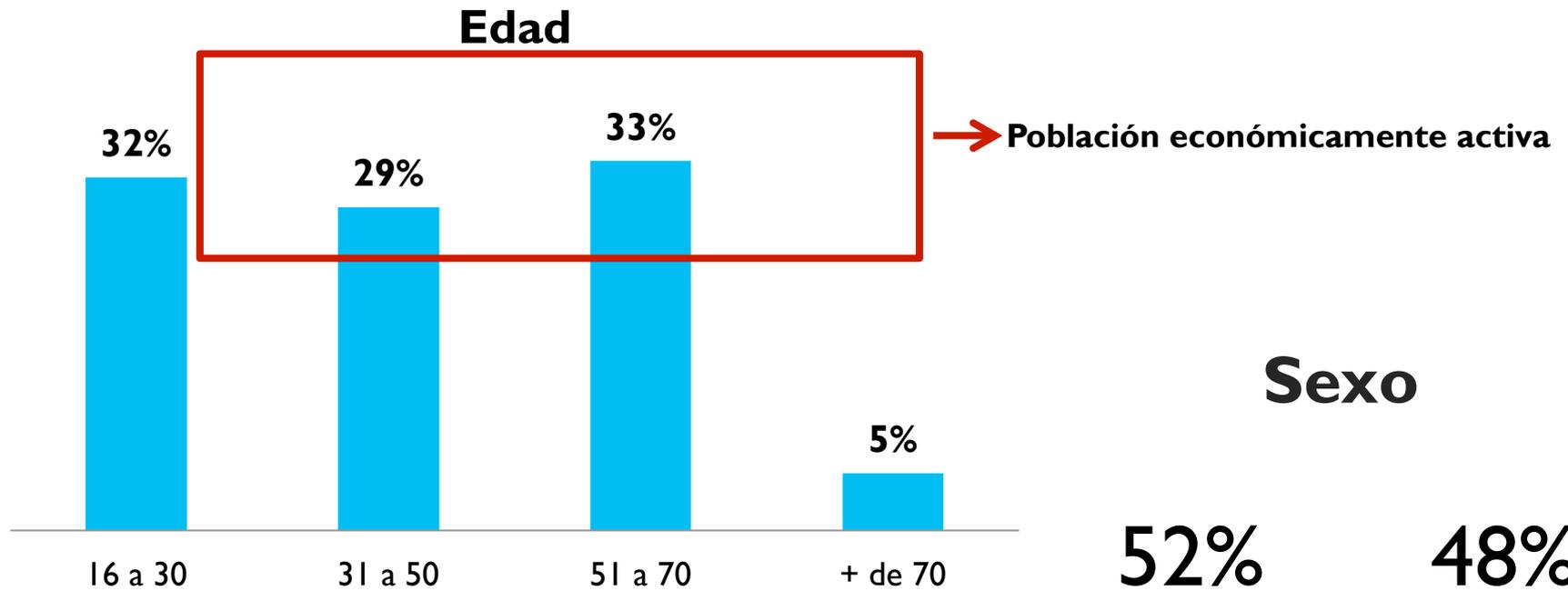
¿Cómo planifican las vacaciones?

Principales Emergentes



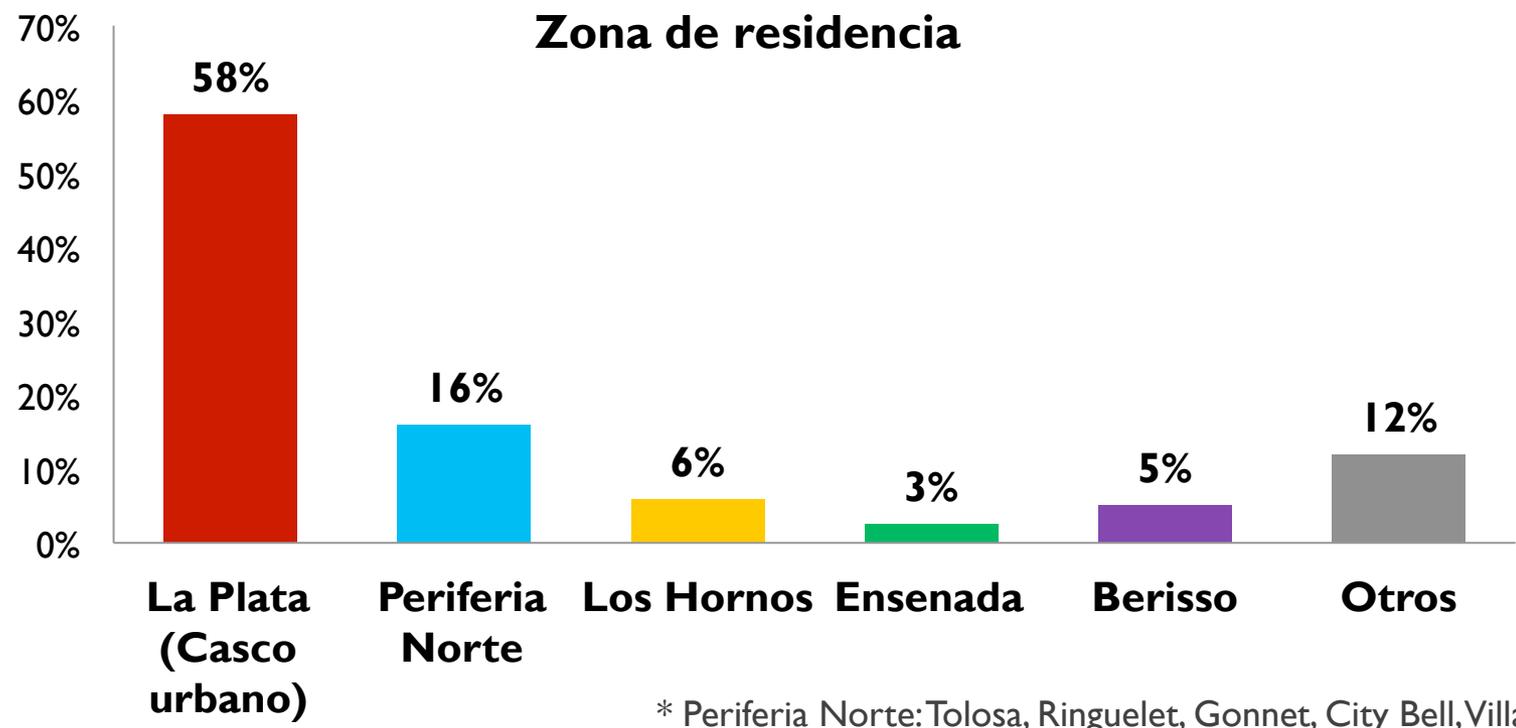
CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra



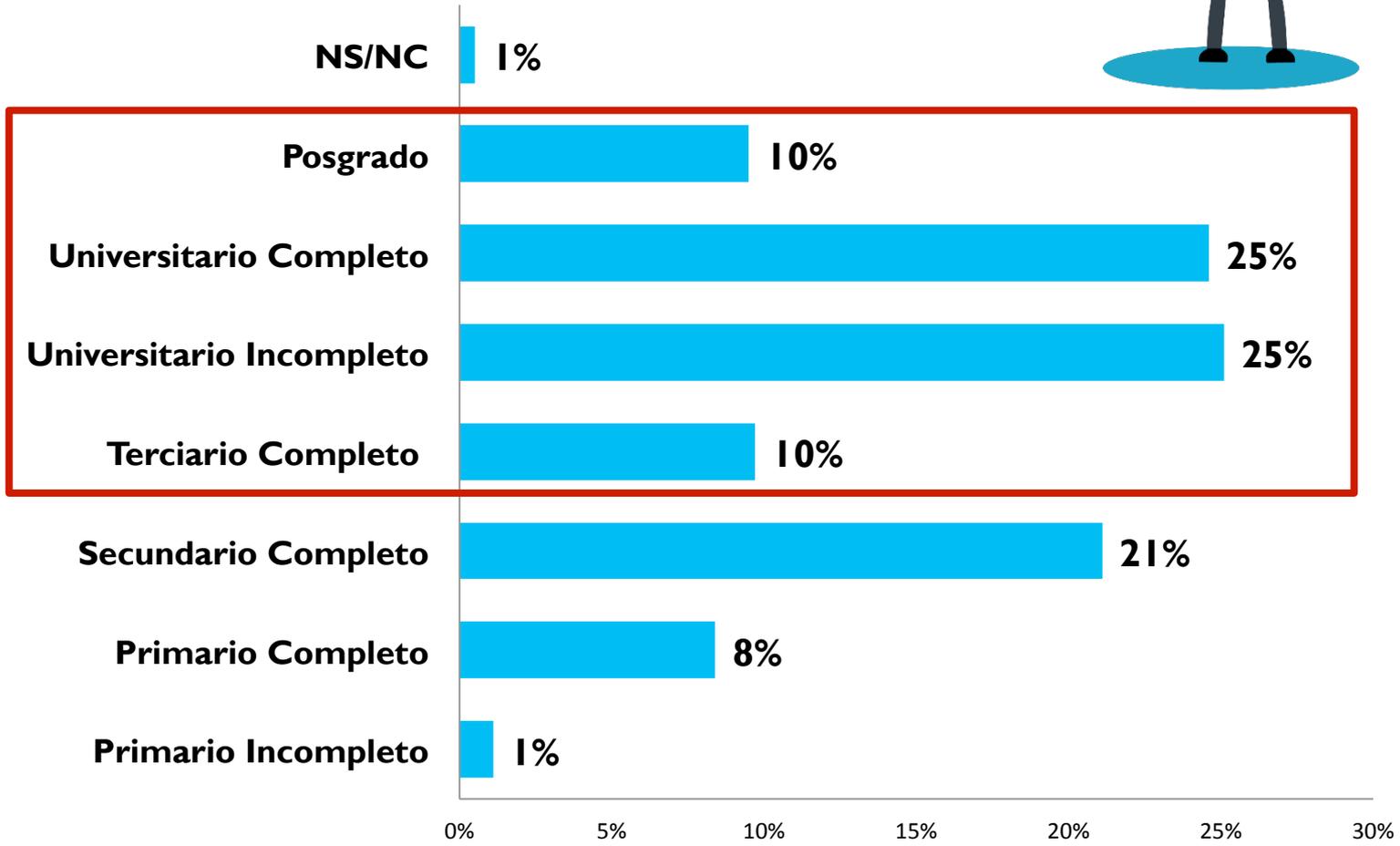
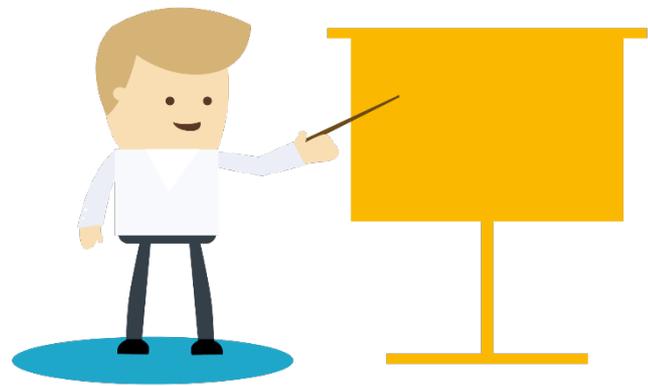
* Periferia Norte: Tolosa, Ringuelet, Gonnet, City Bell, Villa Elisa
Otros: Parque Sicardi, Altos de San Lorenzo, La Cumbre, Olmos,



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

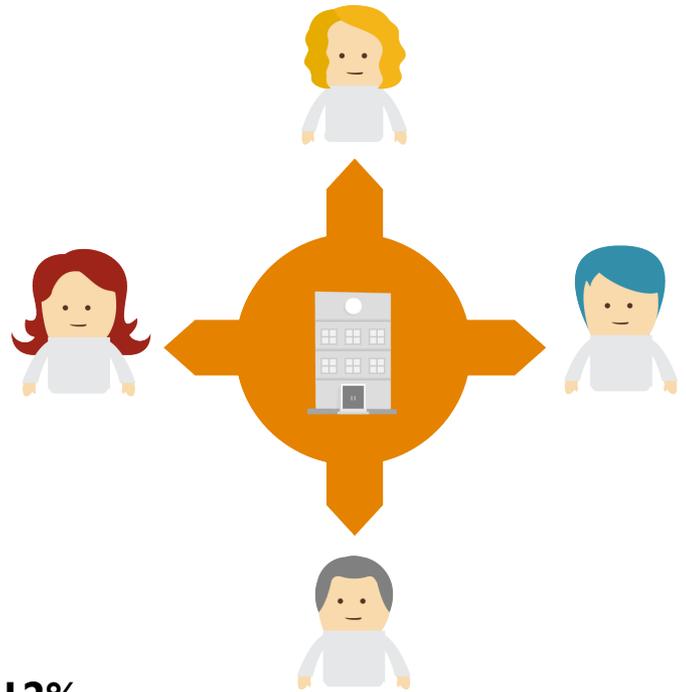
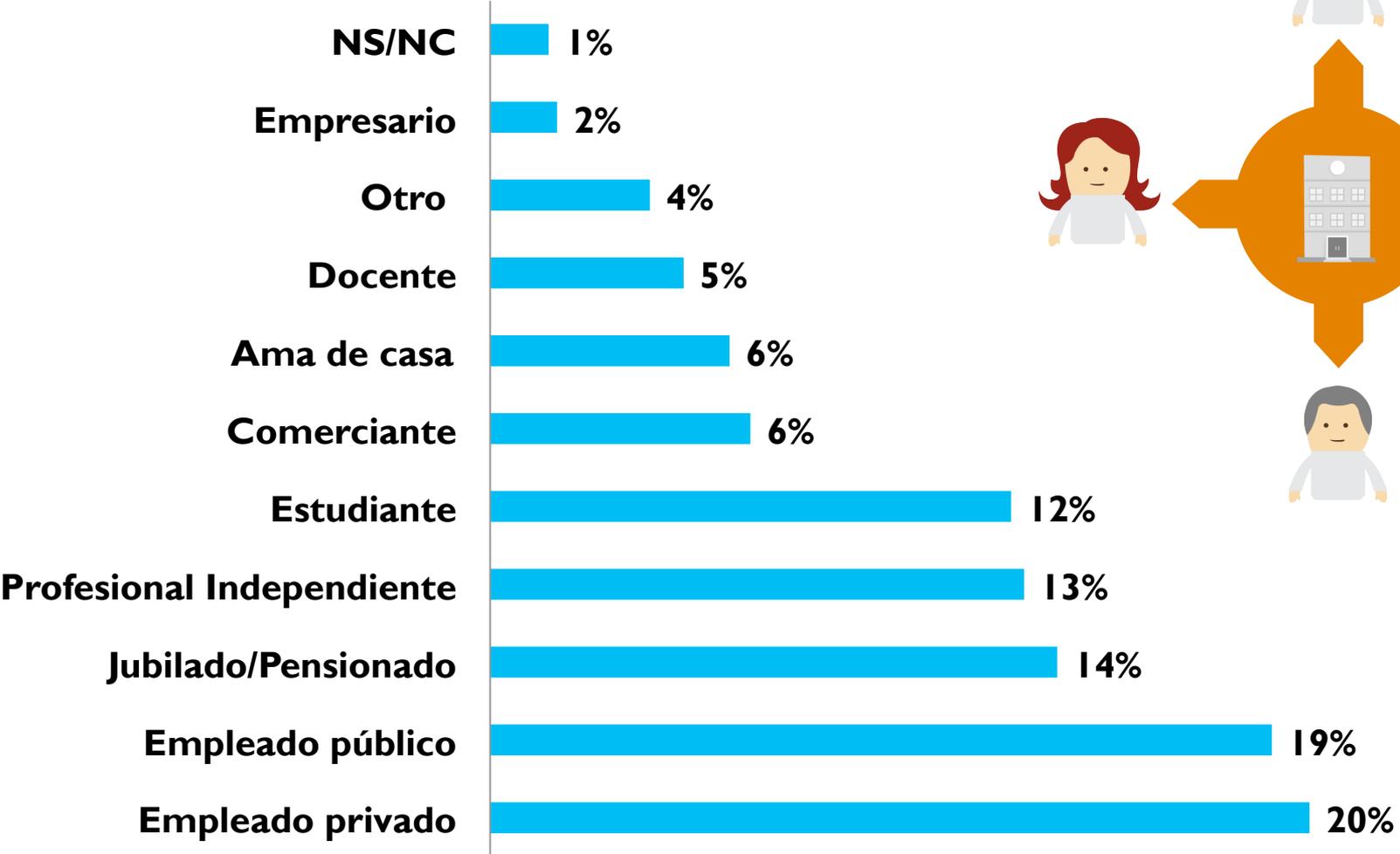
Nivel de educación



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

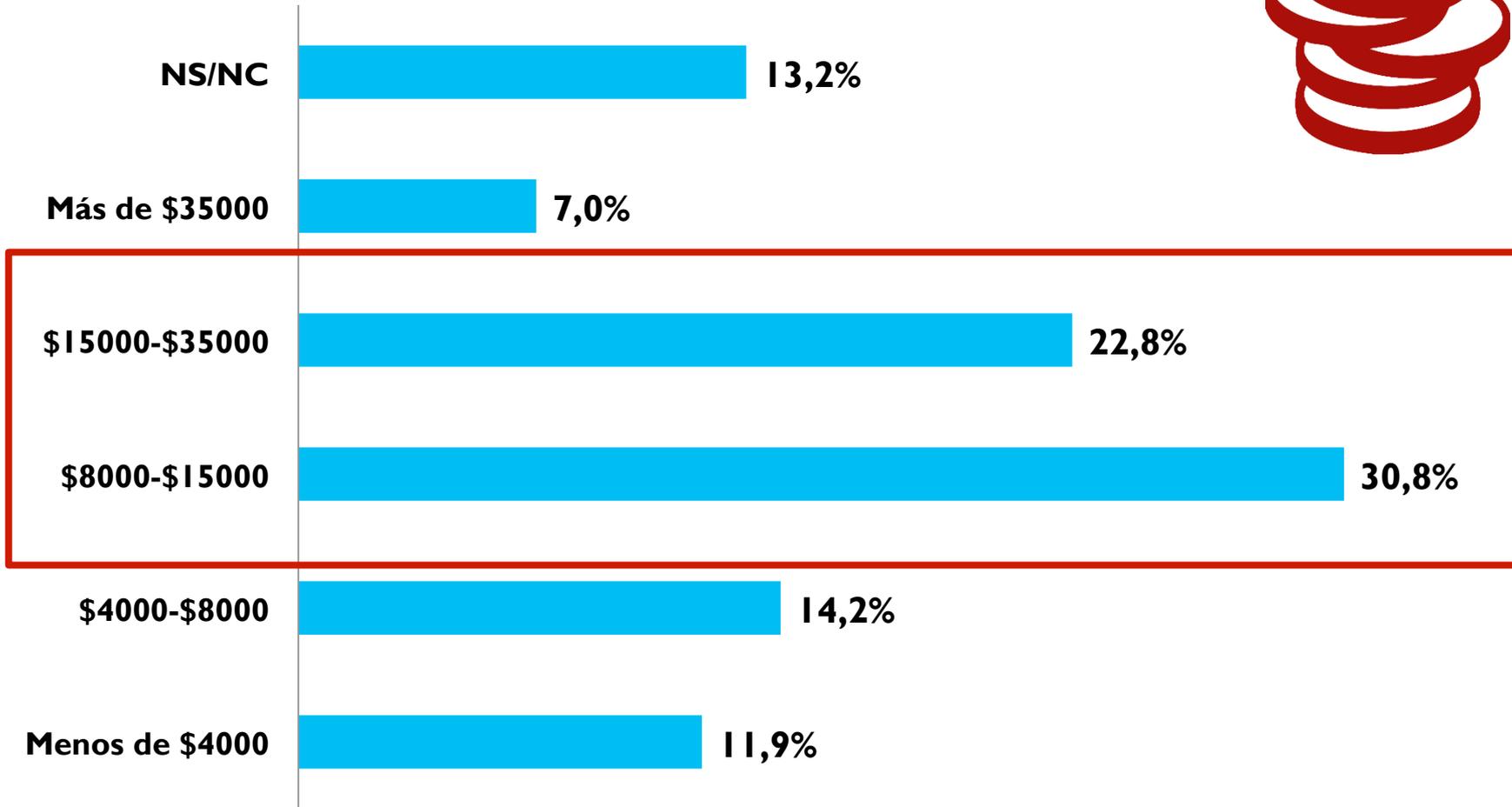
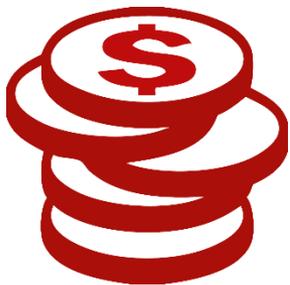
Ocupación



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

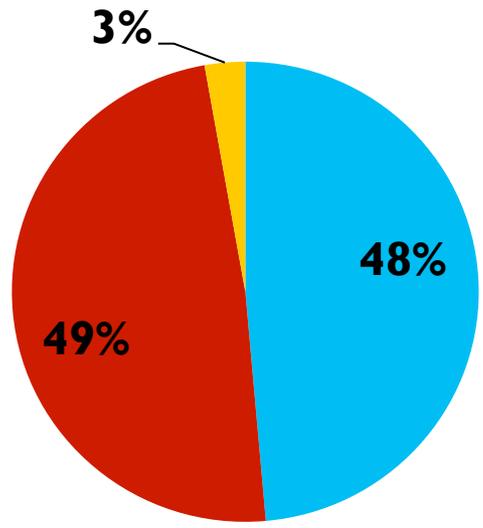
Nivel de Ingreso



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

¿Es propietario?



- Si
- No
- NS/NC

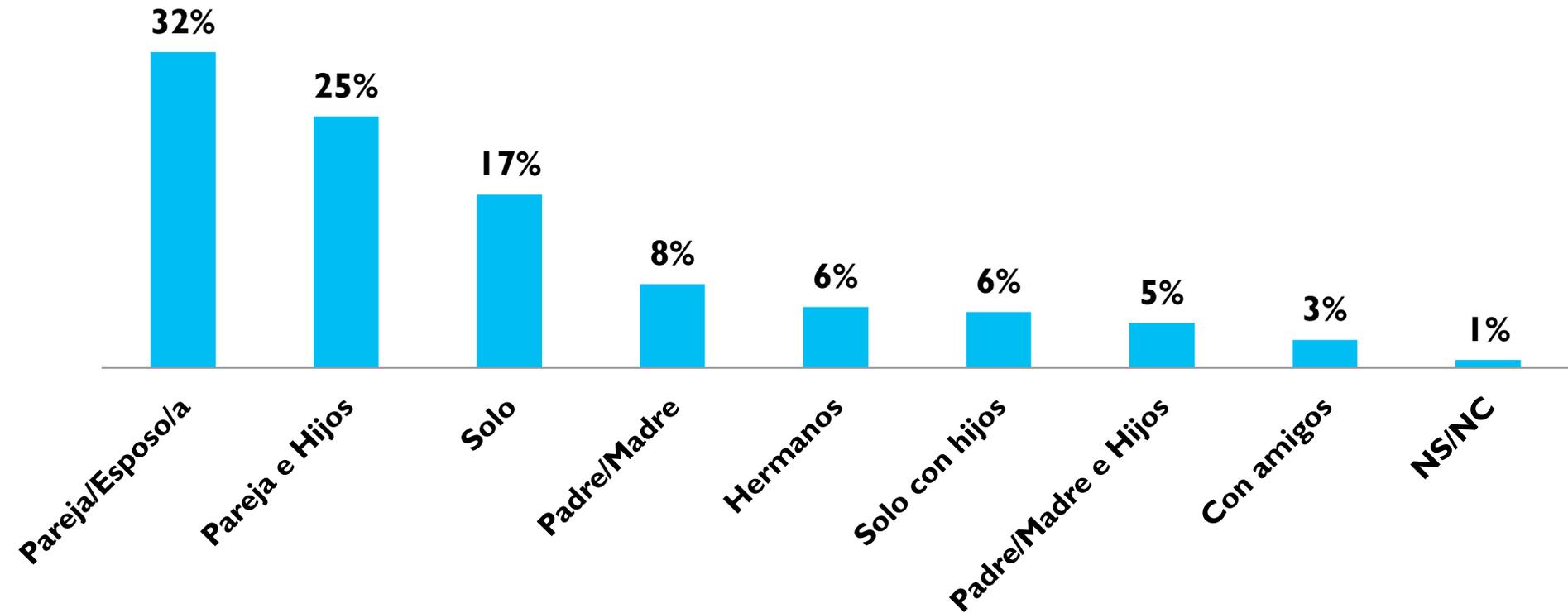
¿Cuántos vehículos tiene?



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

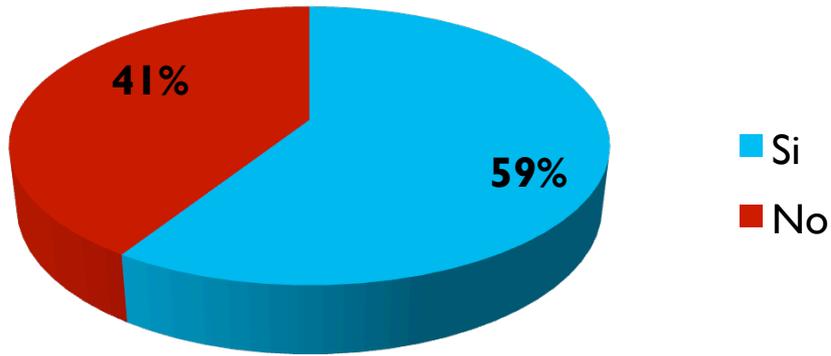
¿Con quién vive?



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

¿Tiene hijos?



1	11%
2	21%
3	15%
4	7%
+ de 4	3%



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

¿Cuántos tienen tarjeta de crédito?



61%



19%



10%



6%



5%



No tengo tarjeta de crédito*

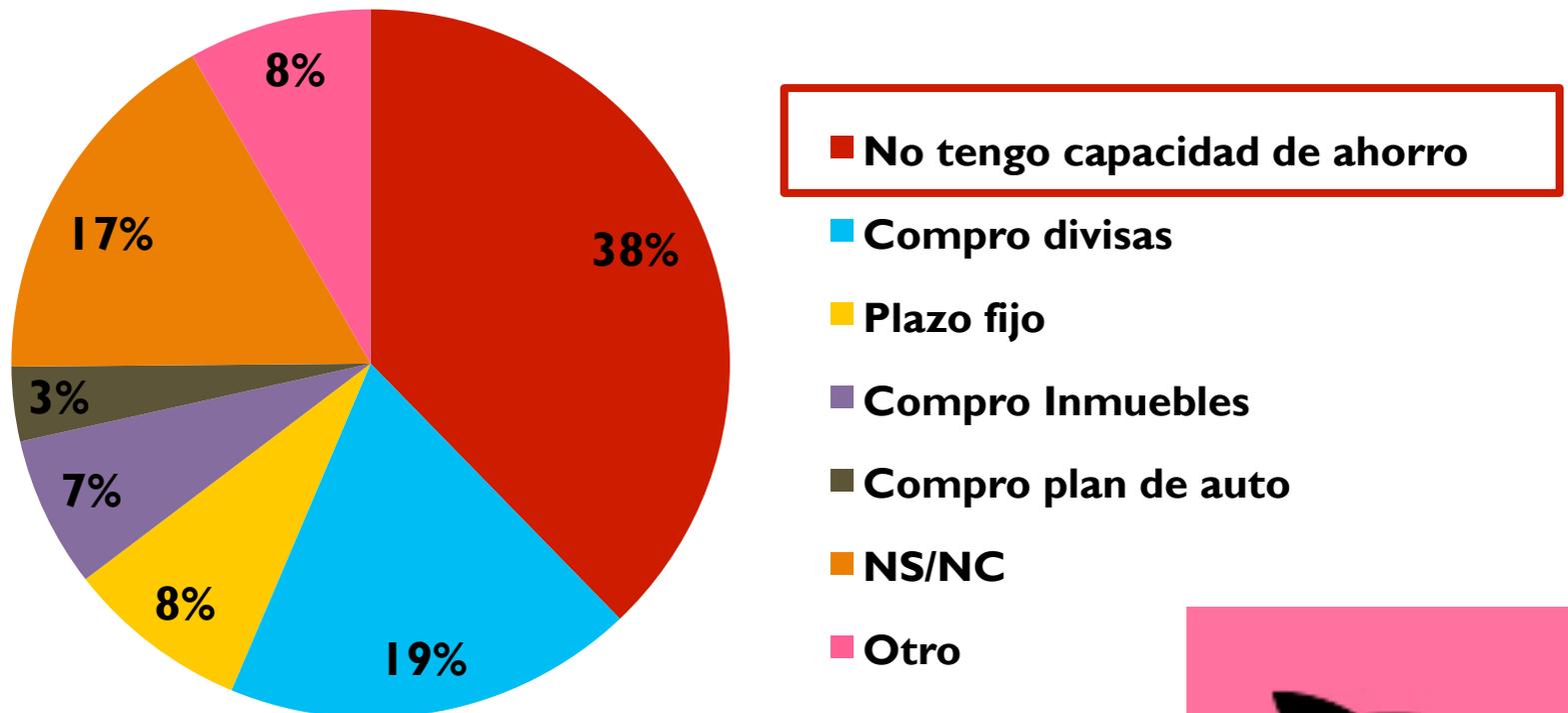
27%

*La mayoría tiene ingresos entre \$4000 y \$8000

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra

¿Qué prefiere hacer con sus ahorros?



*Viajar, invierto en mi casa, construcción..



CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

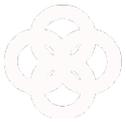
Muestra

El 75% de los que no tienen capacidad de ahorro tienen ingresos de hasta \$15000





Preferencias de compra de los platenses



Objetivos y metodología

Caracterización de la muestra

Preferencias de compra de los platenses

Consumo de Navidad

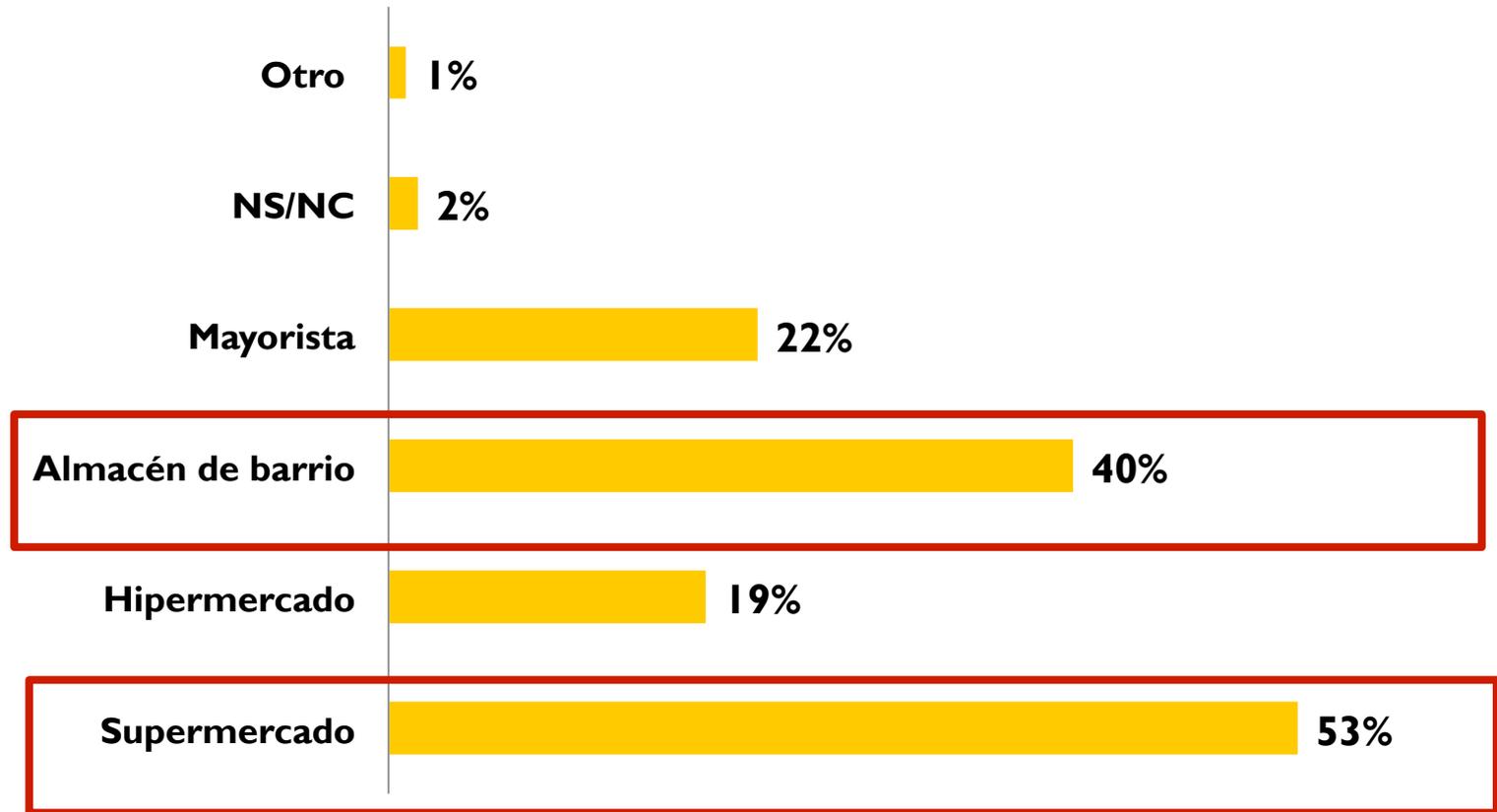
¿Cómo planifican las vacaciones?

Principales Emergentes



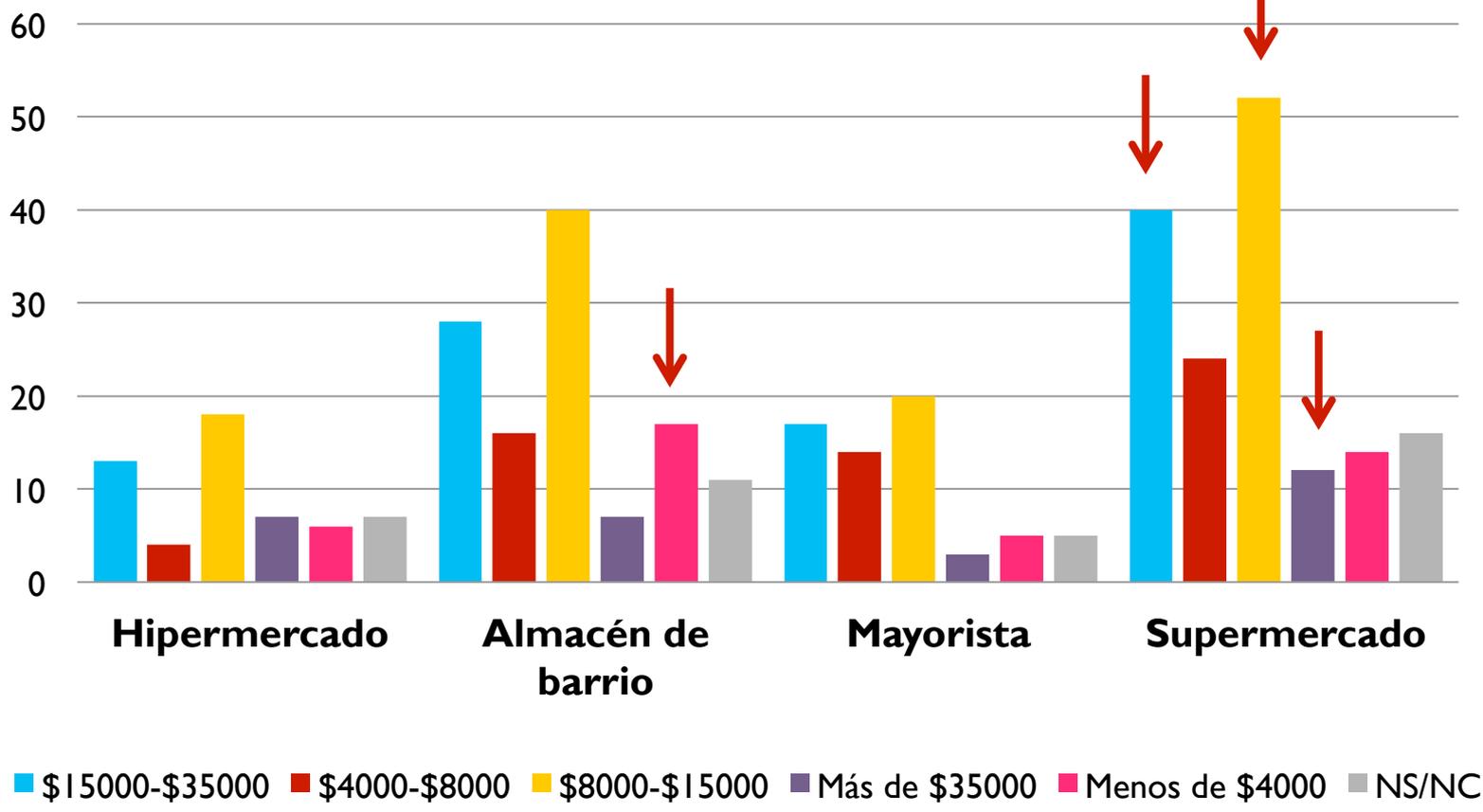
¿Cómo compran los platenses?

¿Dónde realiza sus compras de consumo cotidiano?



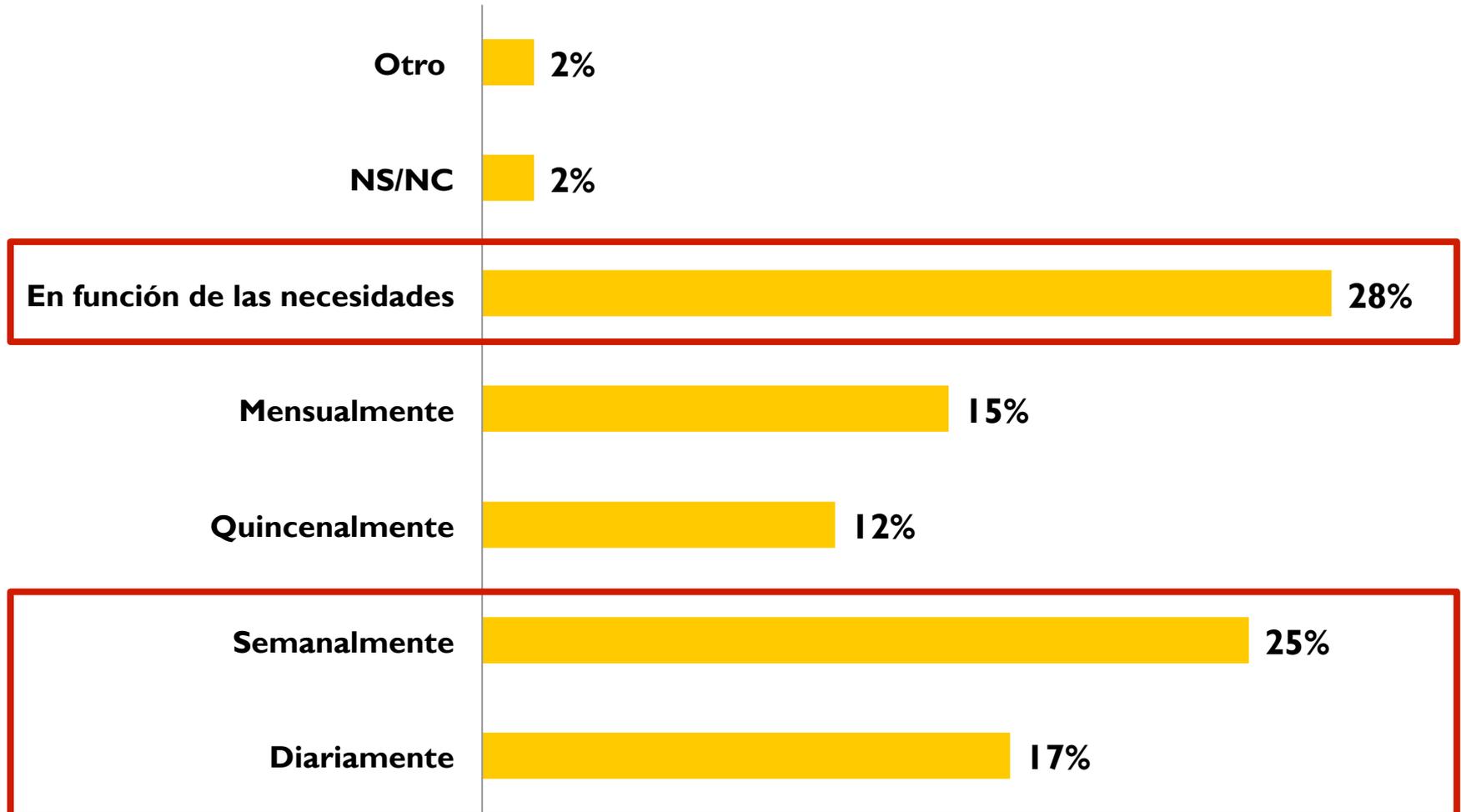
¿Cómo compran los platenses?

Lugar de compra - Nivel de Ingreso



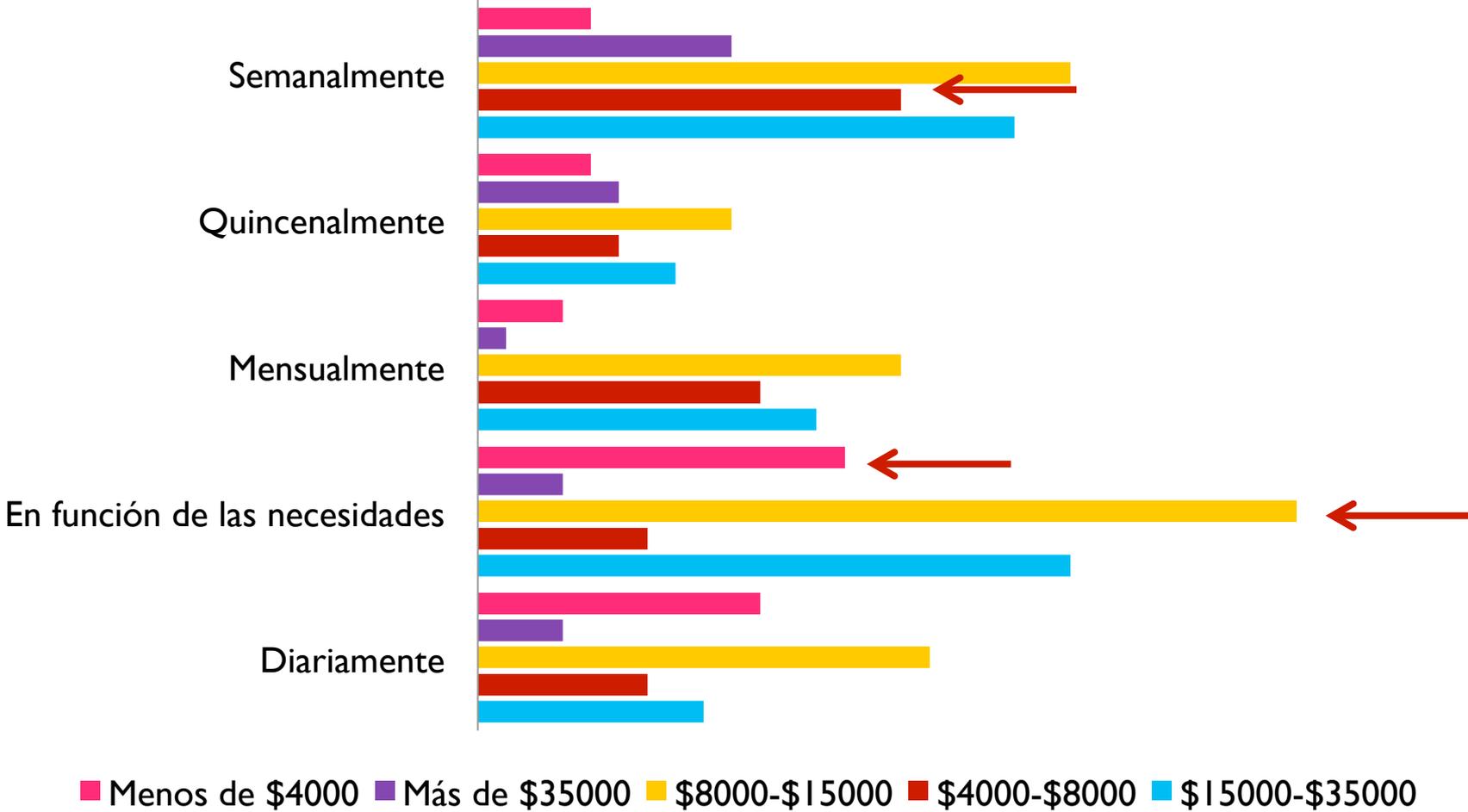
¿Cómo compran los platenses?

¿Con qué frecuencia realiza sus compras?



¿Cómo compran los platenses?

Frecuencia de compra - Nivel de ingreso

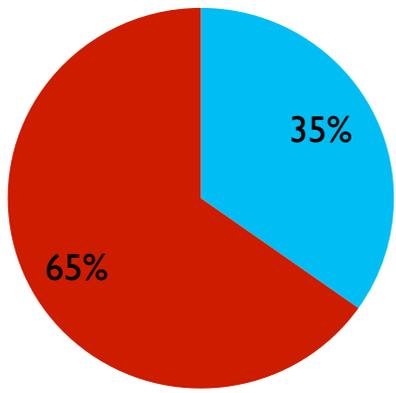


PREFERENCIAS DE COMPRA

Modalidad de compra



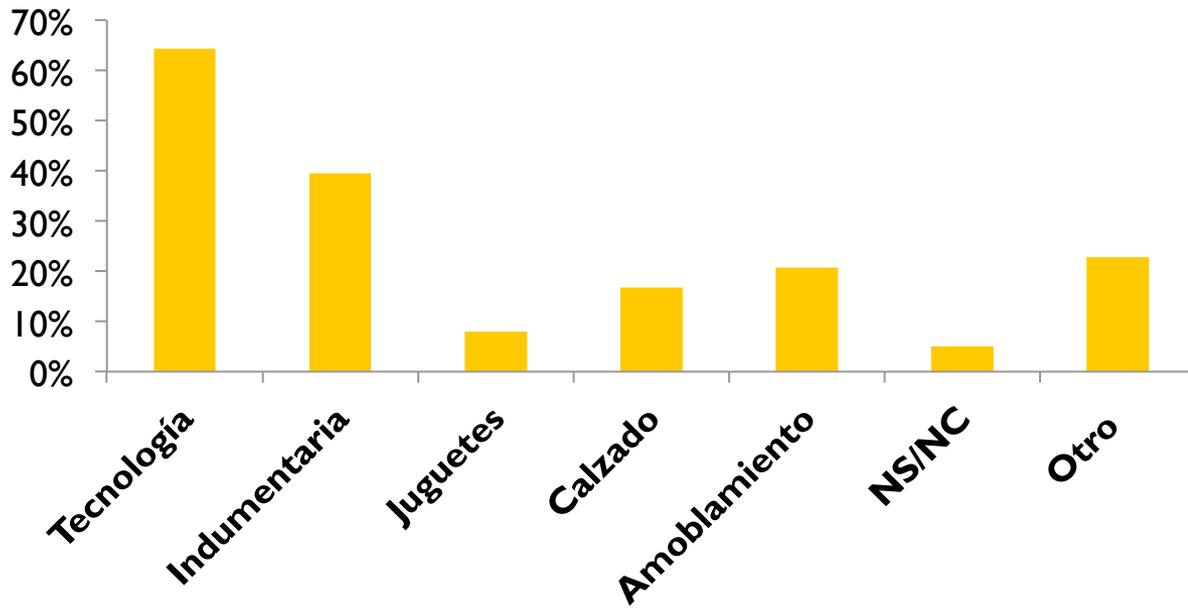
¿Suele comprar en forma Online?



■ Si
■ No



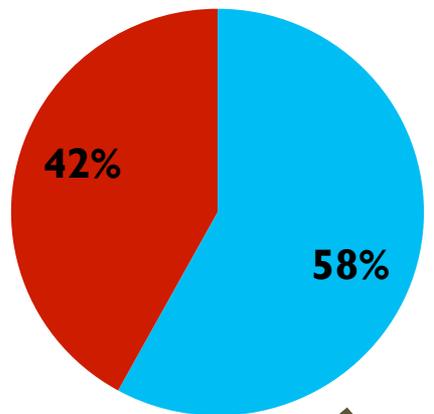
¿Qué rubros?



PREFERENCIAS DE COMPRA

Modalidad de compra

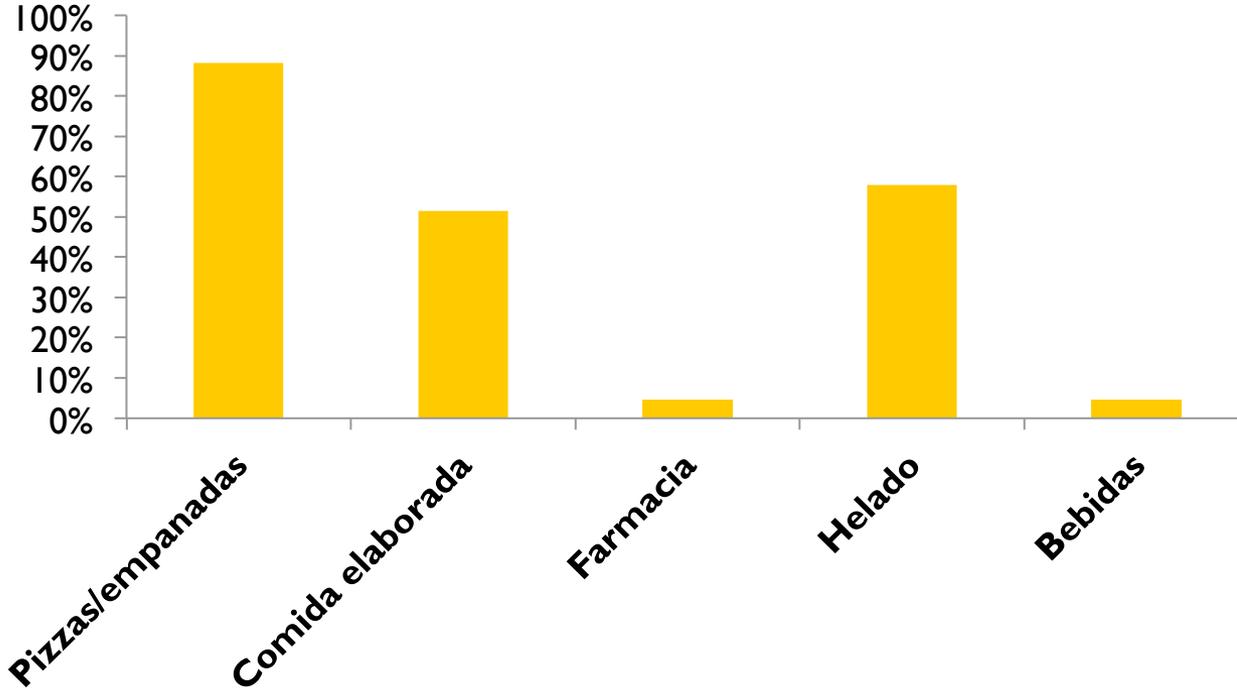
¿Suele comprar por delivery?



■ Si
■ No



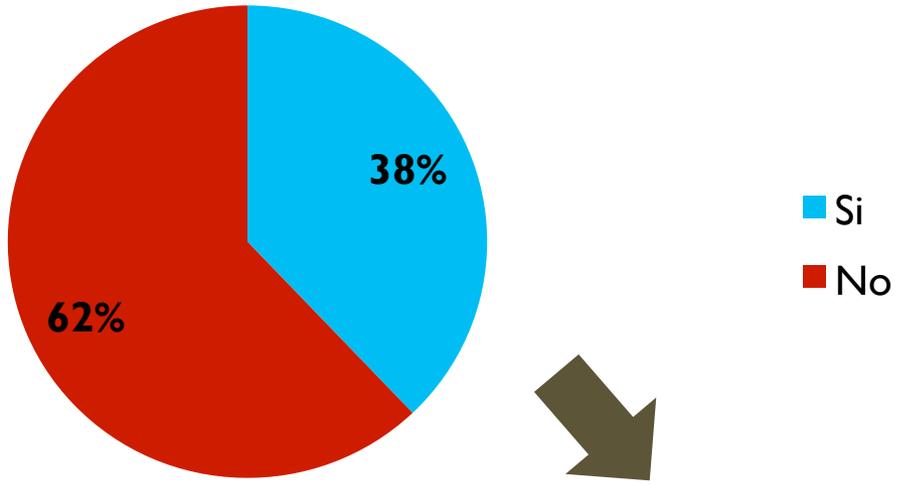
¿Qué productos?



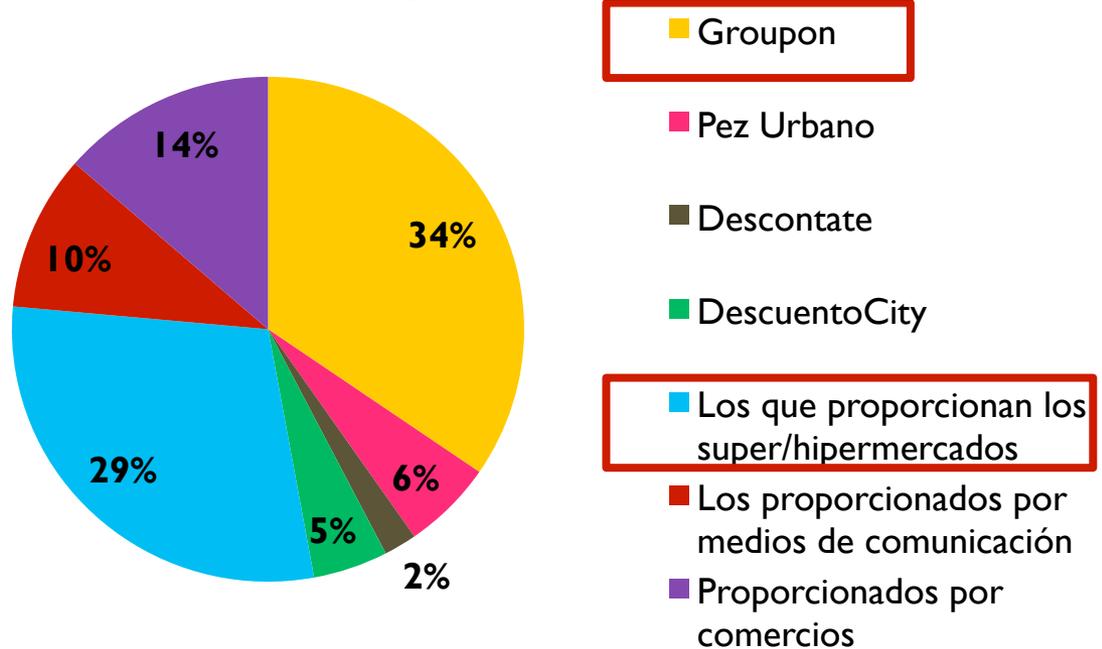
PREFERENCIAS DE COMPRA

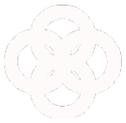
Modalidad de compra

¿Utiliza cupones de descuento?



¿Cuáles?





Objetivos y metodología

Caracterización de la muestra

Preferencias de compra de los platenses

Consumo de Navidad

¿Cómo planifican las vacaciones?

Principales Emergentes



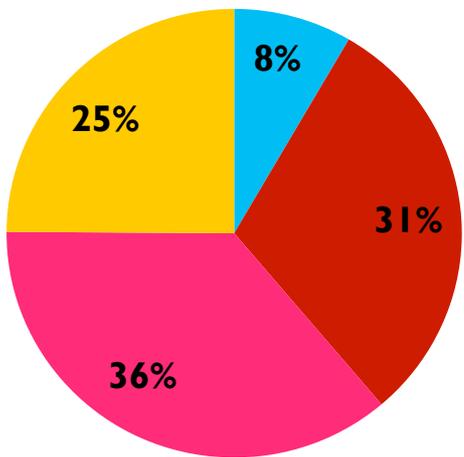


Consumo de Navidad

COMPRAS NAVIDEÑAS

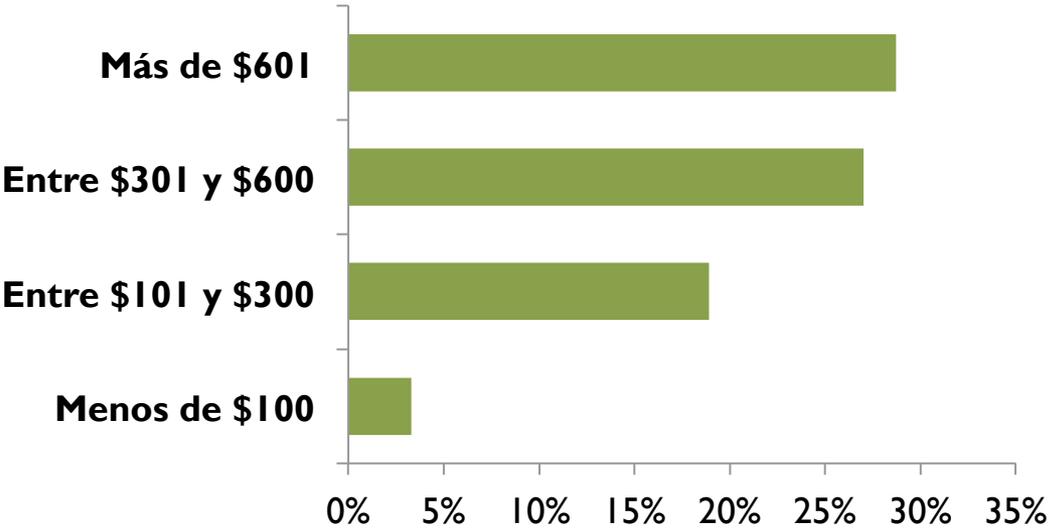
Presupuesto

¿Tiene definido o pensado un presupuesto aproximado para los regalos?



- Si
- No
- No todavía
- Nunca defino un presupuesto

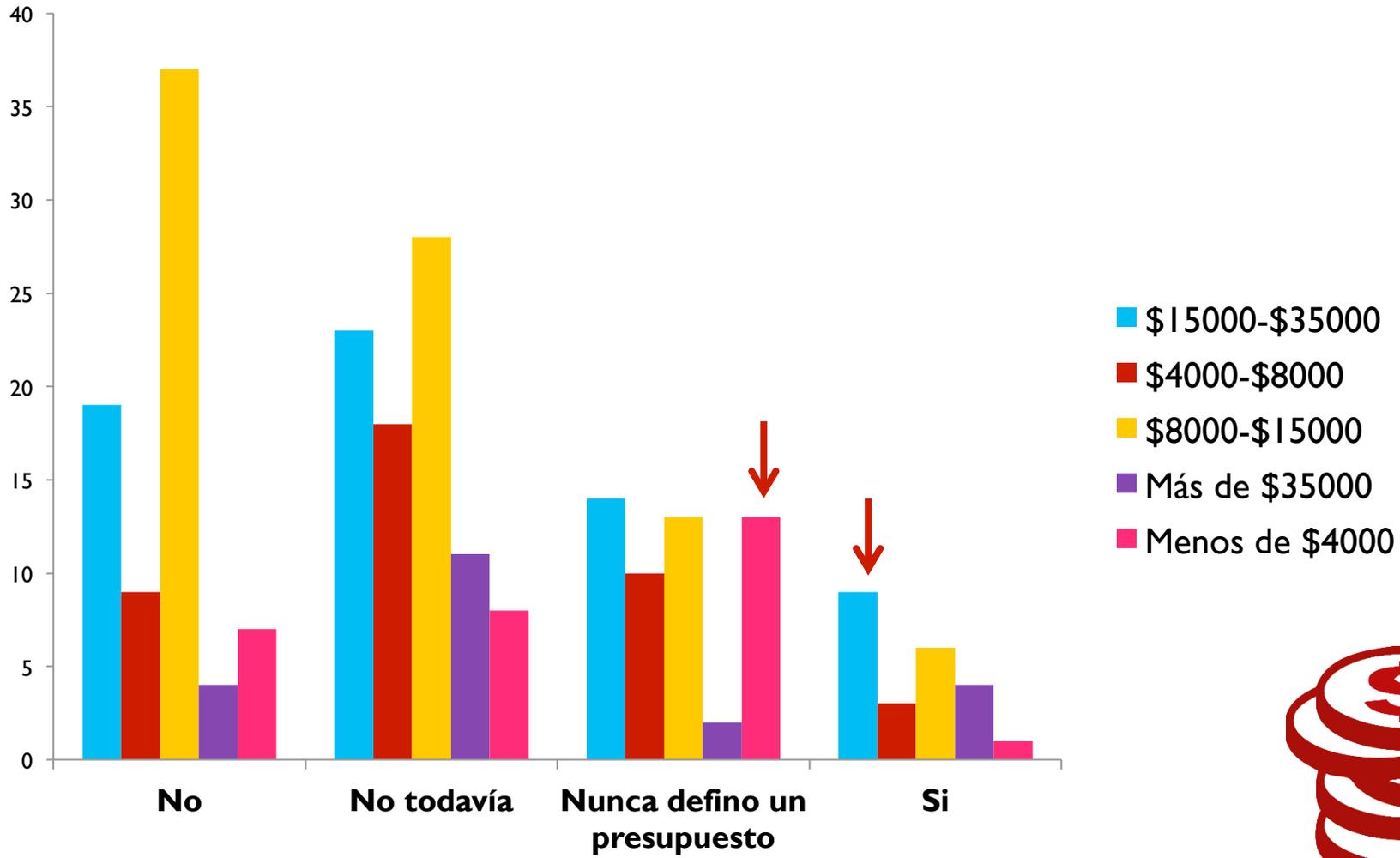
¿En cuánto lo estima?



COMPRAS NAVIDEÑAS

Presupuesto

¿Tiene definido o pensado un presupuesto por regalo?



COMPRAS NAVIDEÑAS

Regalos para Niños

¿Dónde compra los regalos para los niños?



COMPRAS NAVIDEÑAS

Regalos para Adultos

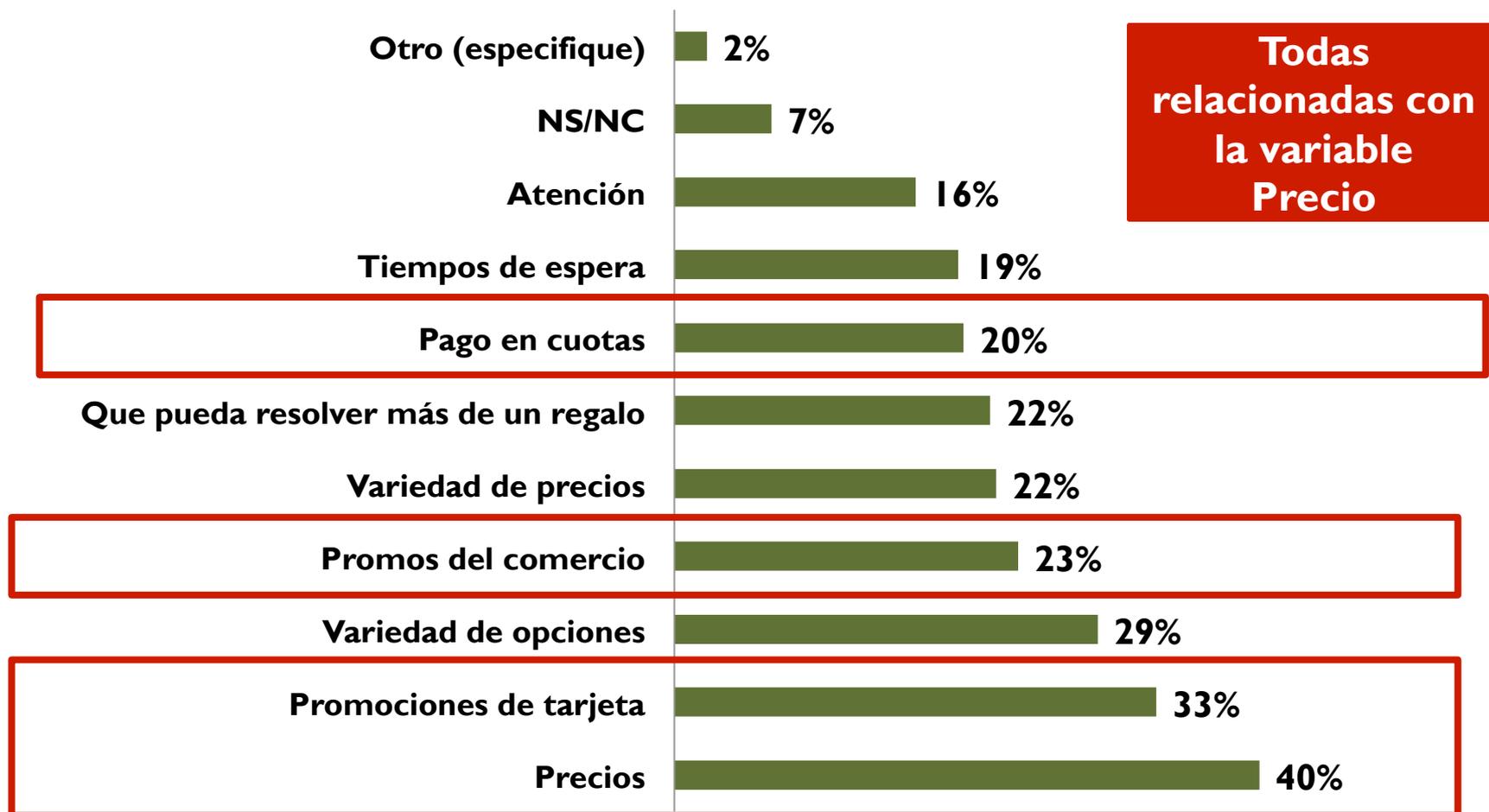
¿Dónde compra los regalos para los adultos?



COMPRAS NAVIDEÑAS

Regalos para Adultos

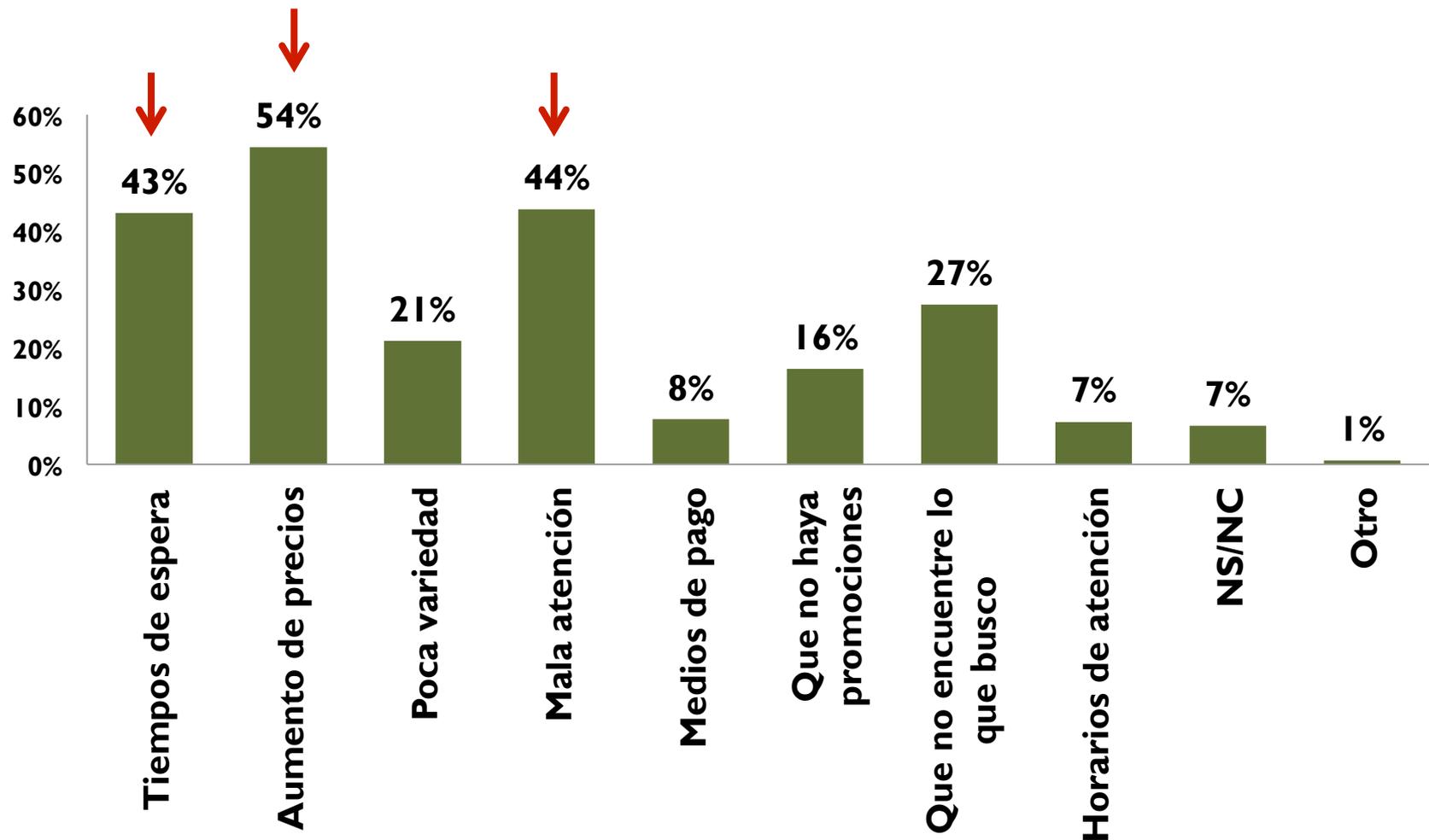
¿Qué factores influyen al momento de decidir el lugar dónde realizar las compras navideñas?



COMPRAS NAVIDEÑAS

Regalos para Adultos

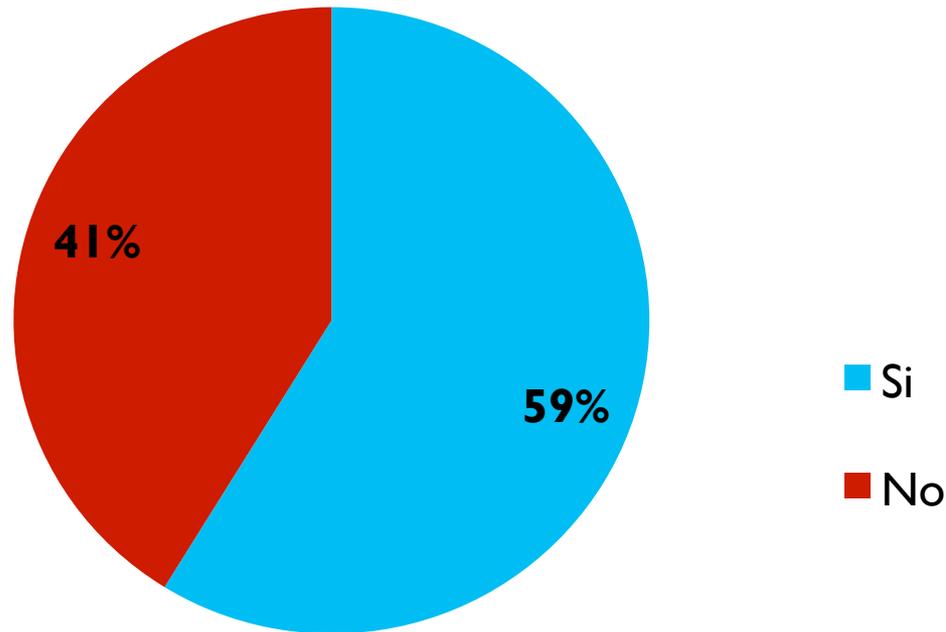
¿Qué aspectos le molestan más al momento de realizar las compras navideñas?

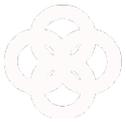


COMPRAS NAVIDEÑAS

Regalos para Adultos

¿Le gusta recibir ofertas/ideas/precios Online sobre productos para la Navidad?





Objetivos y metodología

Caracterización de la muestra

Preferencias de compra de los platenese

Consumo de Navidad

¿Cómo planifican las vacaciones?

Principales Emergentes



¿Cómo planifican las vacaciones?



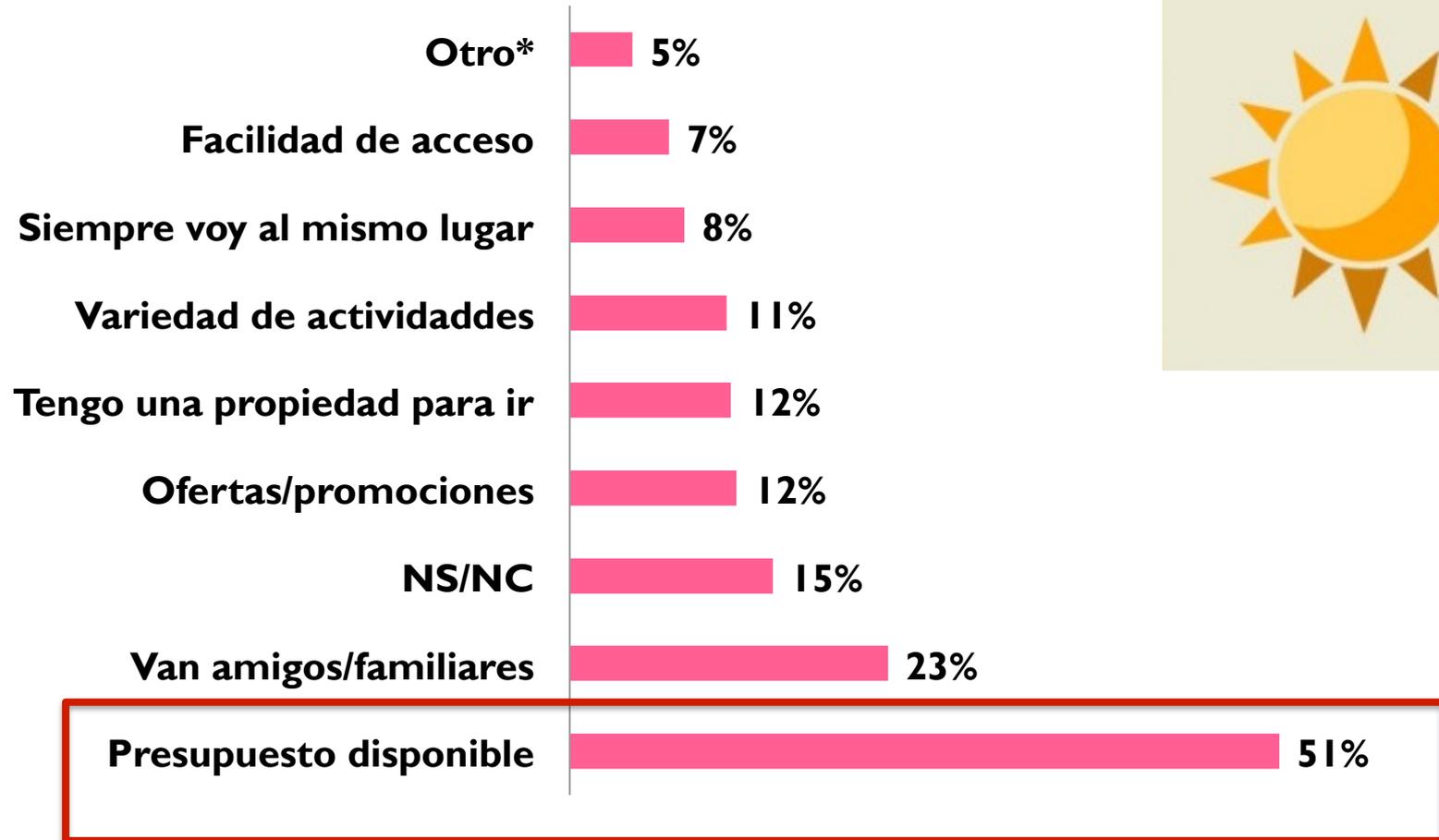
VACACIONES

¿Cambió en algún aspecto la planificación de sus vacaciones en los últimos años?

No	34%	
Cambié por cuestiones de presupuesto	24%	
Salgo más veces en el año por menos días	11%	
Viajo por menos cantidad de días	10%	
Cambié de lugar	8%	
Cambié la quincena en la que viajo	5%	
Cambié el medio de transporte	3%	
No contrato servicios adicionales	3%	

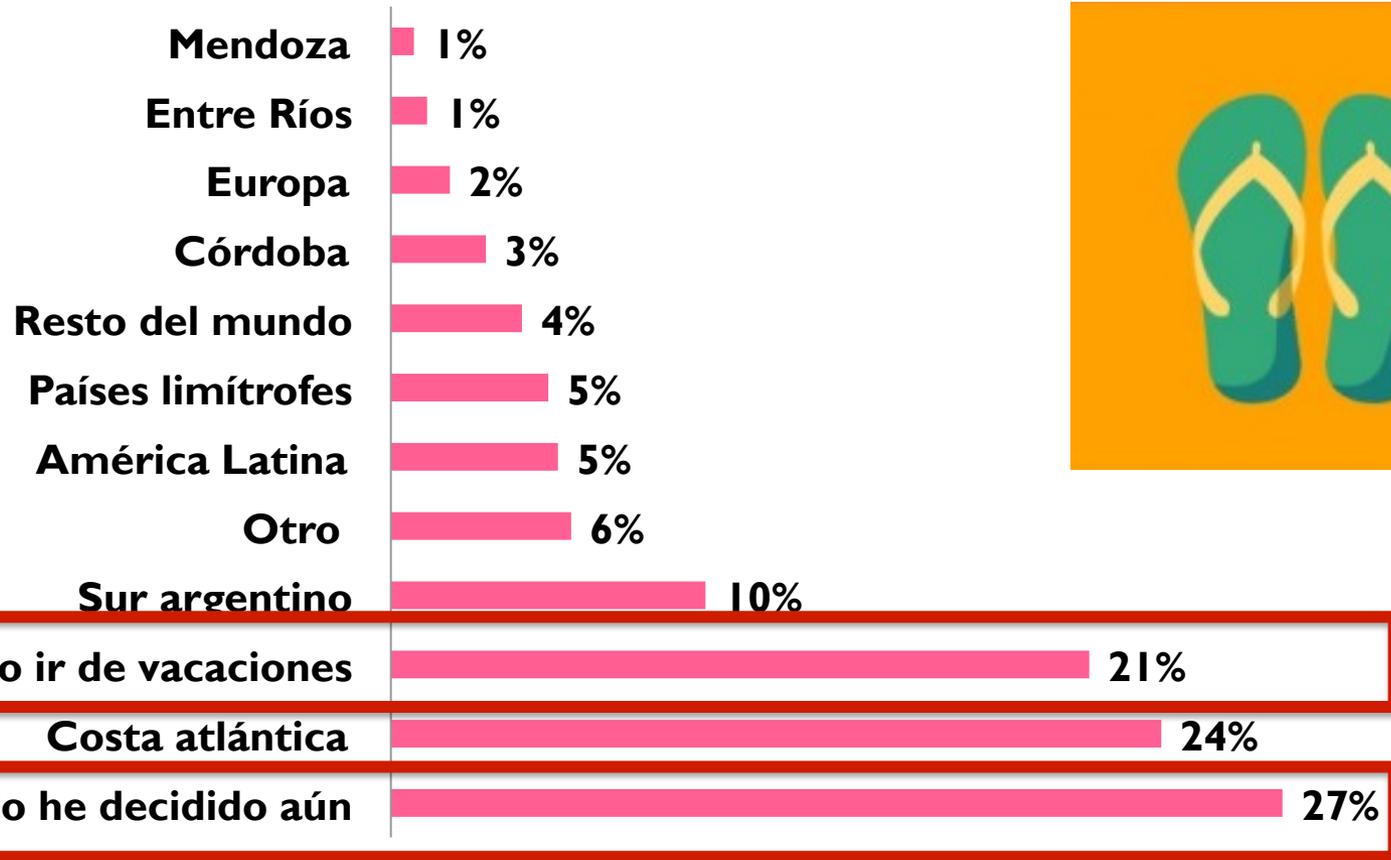
VACACIONES

¿En función de qué variables planifica sus vacaciones?



VACACIONES

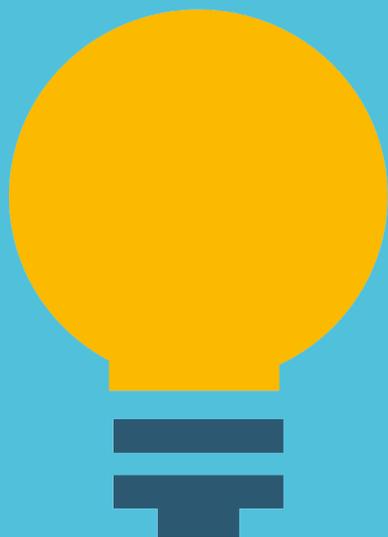
¿A qué lugar planea ir de vacaciones?





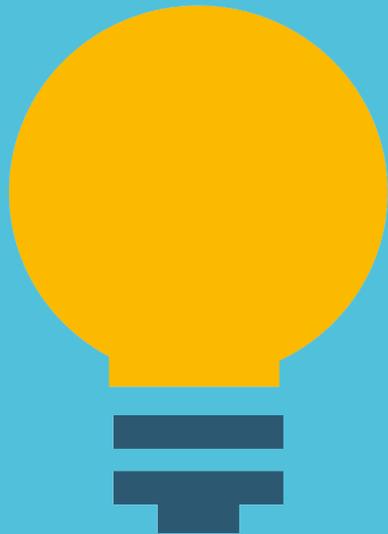
PRINCIPALES EMERGENTES

PRINCIPALES EMERGENTES



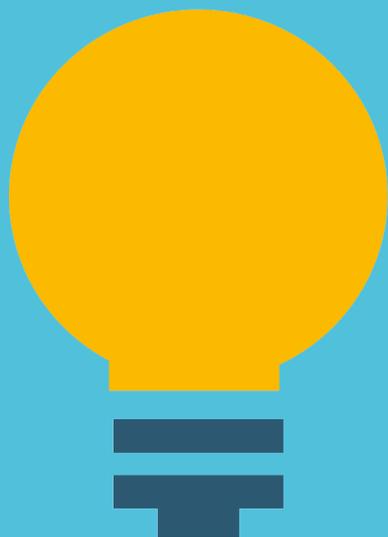
- Se observa que un 38% de los encuestados no posee capacidad de ahorro.
- En el caso de los que sí ahorran lo hacen compran divisa extranjera.
- Hay un cambio en la forma de compra de productos de consumo cotidiano. Se dejan de lado los Hipermercados para comprar en Supermercados y Almacenes de Barrio.
- También se modifica la frecuencia de compra. Baja la proporción de personas que realizan compras mensuales mientras que aumenta la cantidad de consumidores que efectúan sus compras diariamente o en función de las necesidades. Este cambio se observa para todos los niveles de ingreso,.

PRINCIPALES EMERGENTES



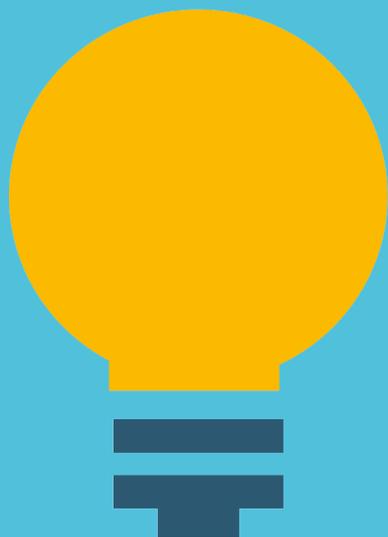
- Sólo un **35%** de los encuestados compra de forma on line, principalmente tecnología e indumentaria.
- El **58%** utiliza el servicio de delivery, siendo las compras más habituales la comida elaborada, pizzas/empanadas y helado.
- El **38%** utiliza cupones de descuento, siendo los más elegidos **Groupon** y los que entregan los comercios.

PRINCIPALES EMERGENTES



- En relación a las compras navideñas, se observa una baja planificación de compra. Sólo un 8% de los encuestados tiene planificado un presupuesto.
- Las compras de navidad son más impulsivas y en función de los presupuestos disponibles.
- Al momento de elegir dónde comprar, empiezan a tener preponderancia los comercios en función de la disponibilidad de promociones. También son elegidos para realizar las compras los comercios donde puedan solucionarse más de un regalo.
- Los principales drivers de consumo para las compras navideñas son los Precios y la Comodidad.
- La atención aparece cómo una de las variables importantes a trabajar para las fiestas dado que el 44% afirmó que le molesta la mala atención para estas fechas.

PRINCIPALES EMERGENTES



- **Un 66% de los encuestados ha cambiado su manera de vacacionar en los últimos años. Las razones son presupuestarias (en primera instancia) y cambios en la forma de viajar (más veces menos días).**
- **Más de la mitad planifica sus vacaciones en función del presupuesto disponible, mientras que un 23% los hace en función de dónde vayan amigos/familiares.**
- **Si bien estamos próximos al veranos el 27% aún no ha decidido dónde irá y un 21% no planea ir de vacaciones.**
- **El destino predilecto de los platenses es la Costa Atlántica.**
- **Aquí también podemos observar que las vacaciones se deciden en función del dinero que queda disponible luego de realizar los gasto básicos mensuales.**

SACCONE  ASOCIADOS

25 AÑOS GENERANDO CAMBIOS