

FASHION ON LINE



CENTRO ECONOMÍA DIGITAL CCS
[@georgelever](#)

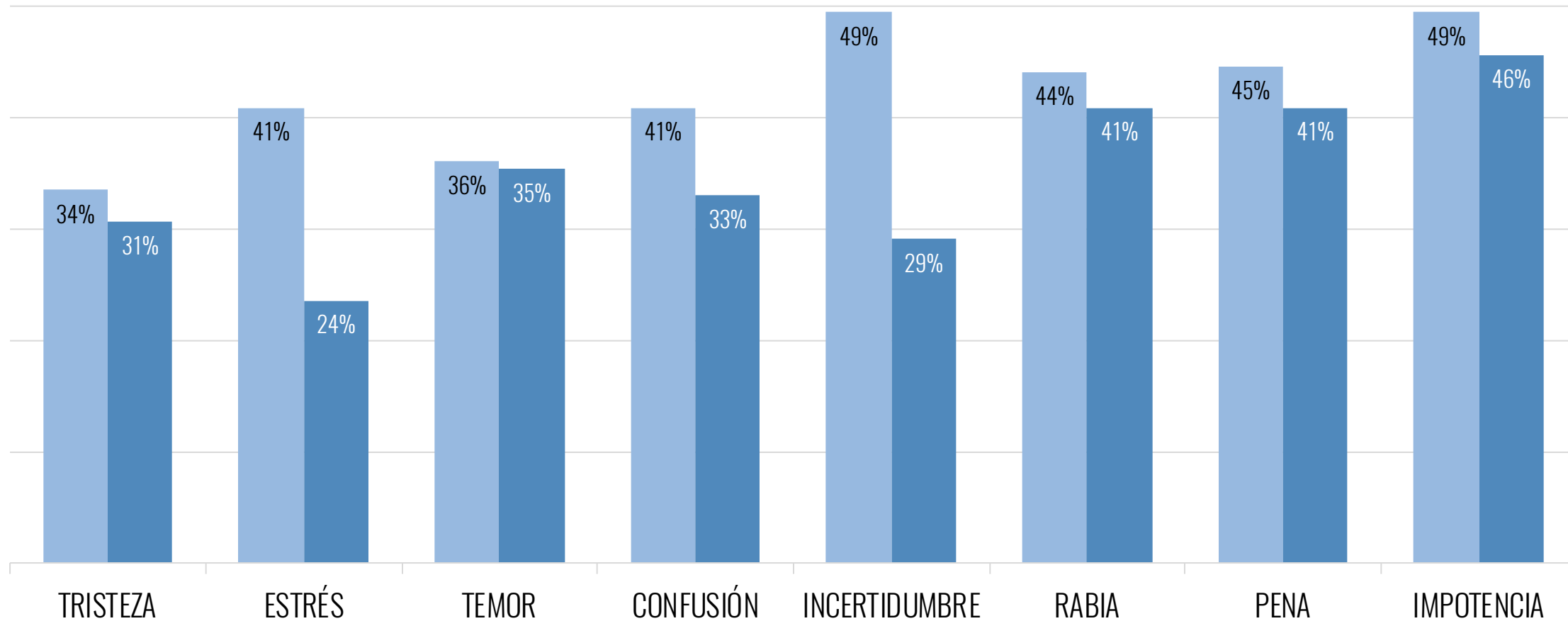


SENTIMIENTOS NEGATIVOS

(Porcentaje que responde “muchísima intensidad”)

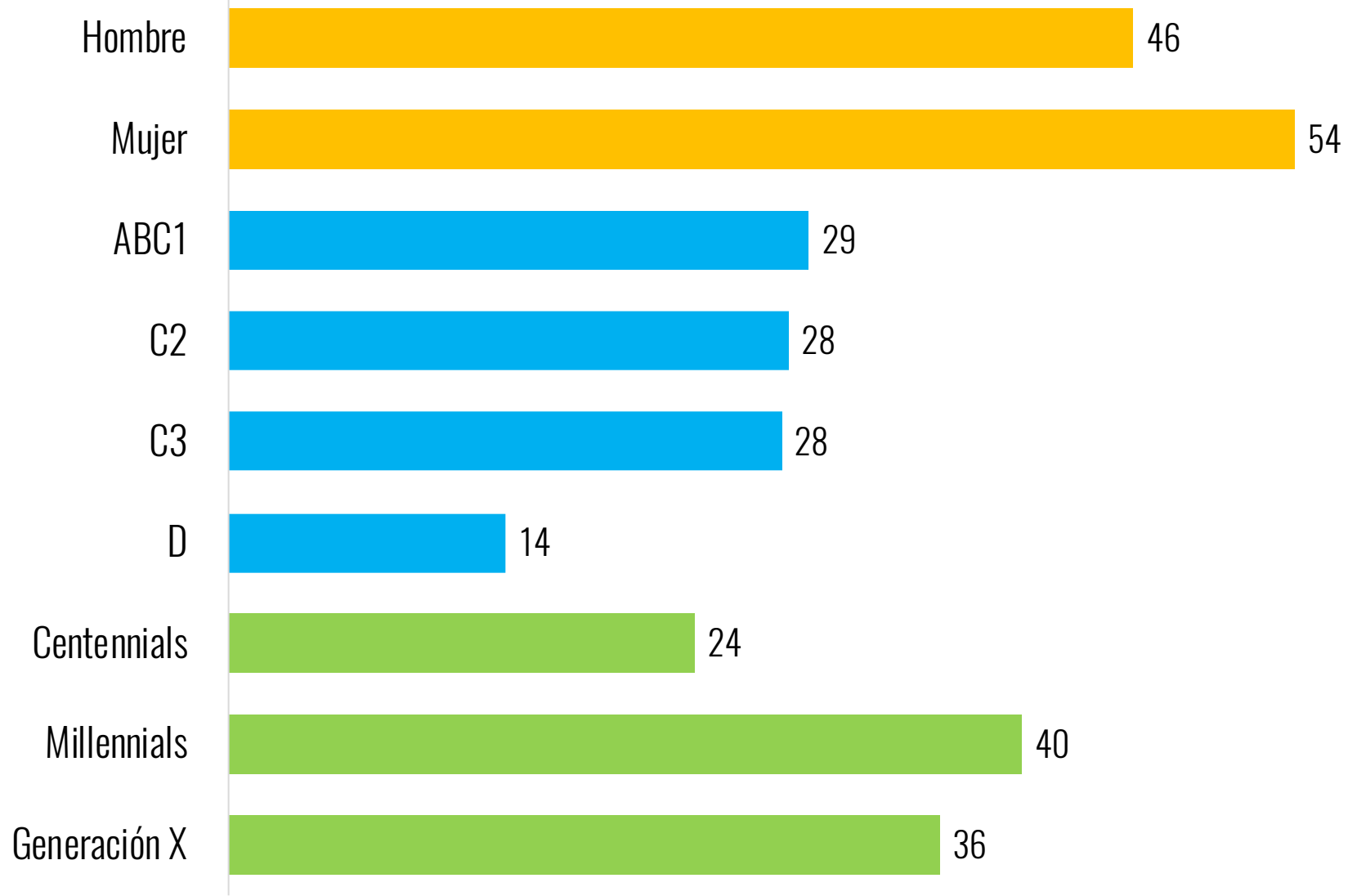
Fuente: CCS, Kawesqar

■ MUJER ■ HOMBRE



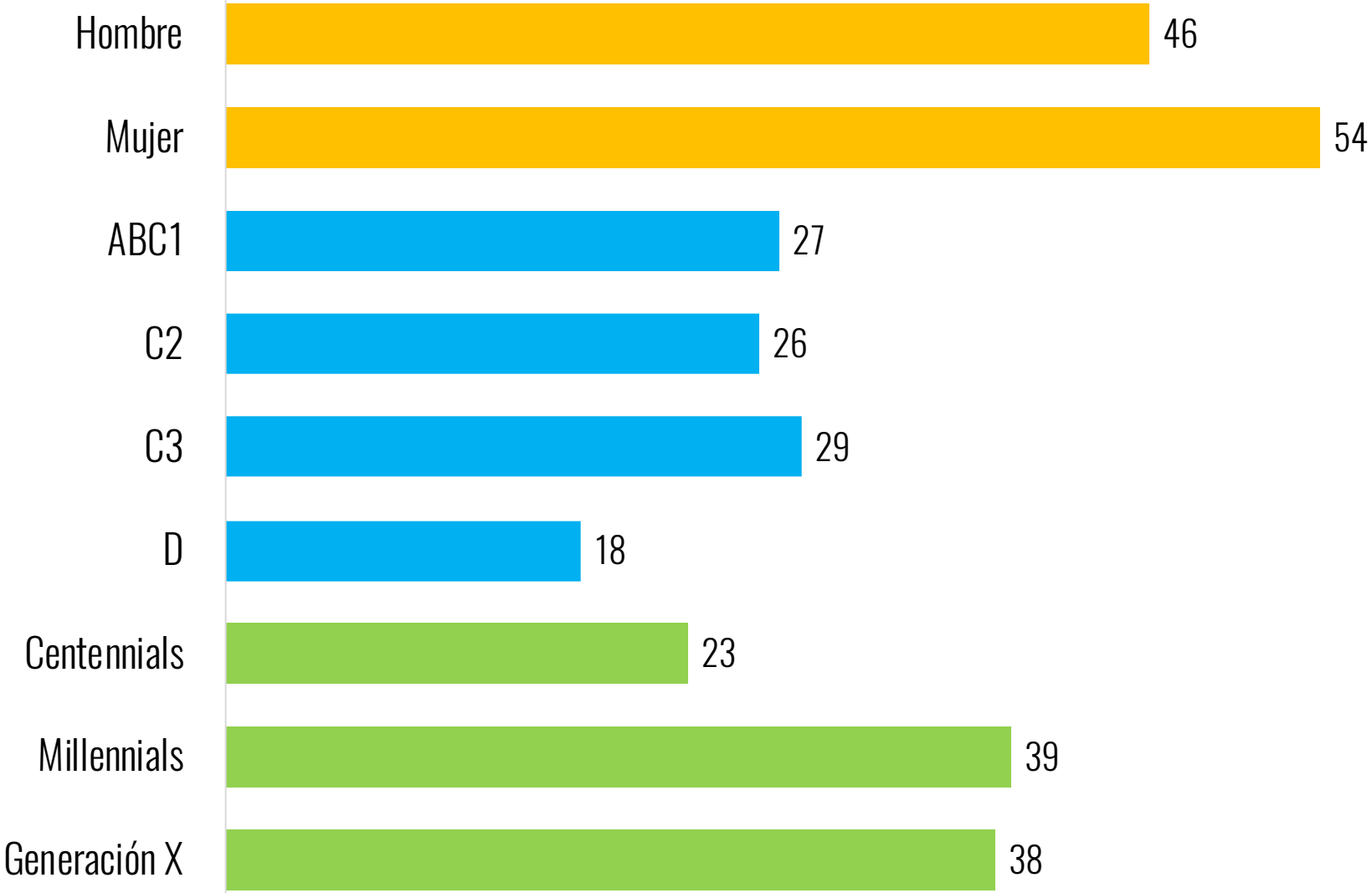
Perfil compradores online Vestuario (RM, 2019)

Fuente: CCS, Kawésqar



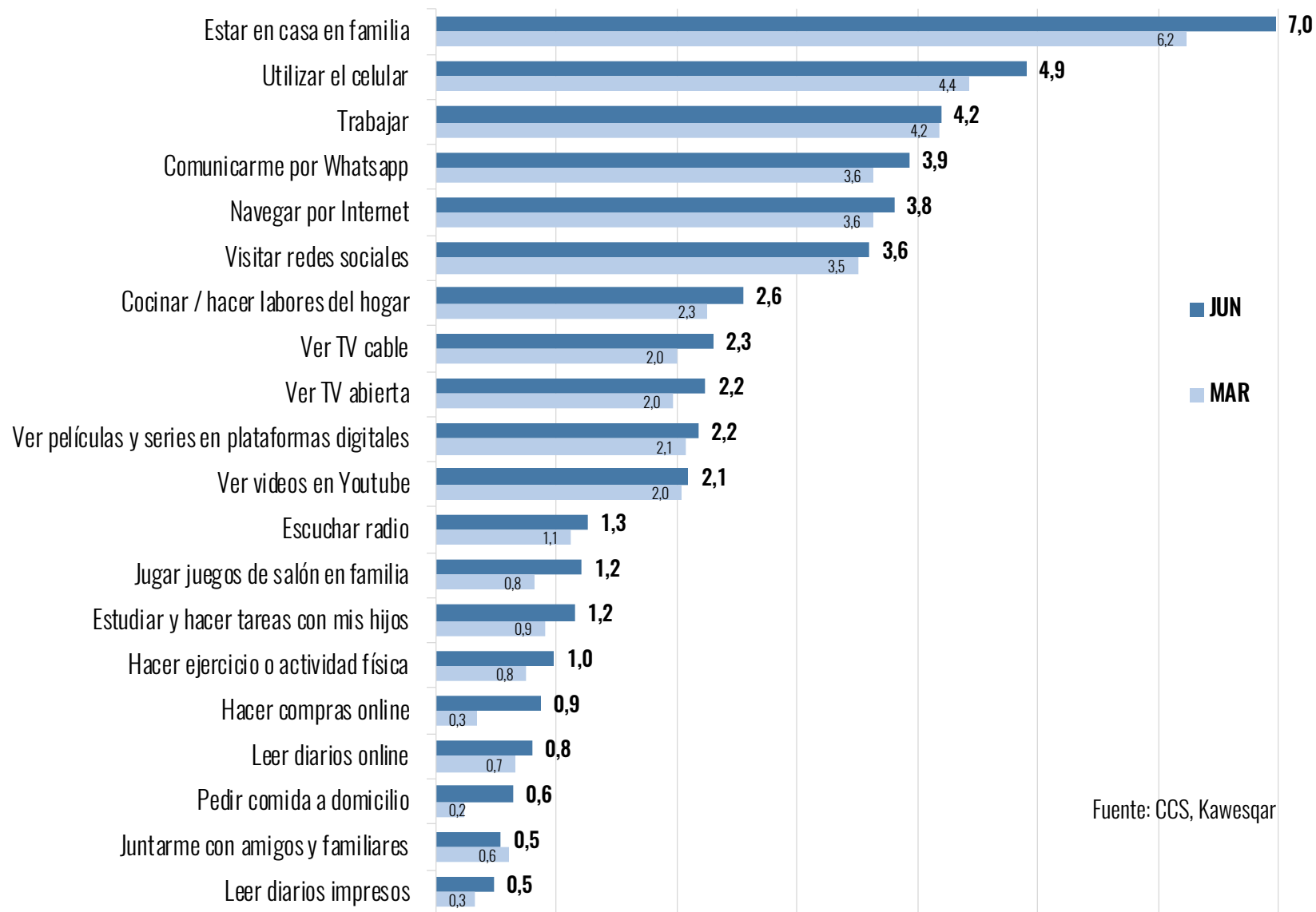
Perfil compradores online Calzado (RM, 2019)

Fuente: CCS, Kawésqar



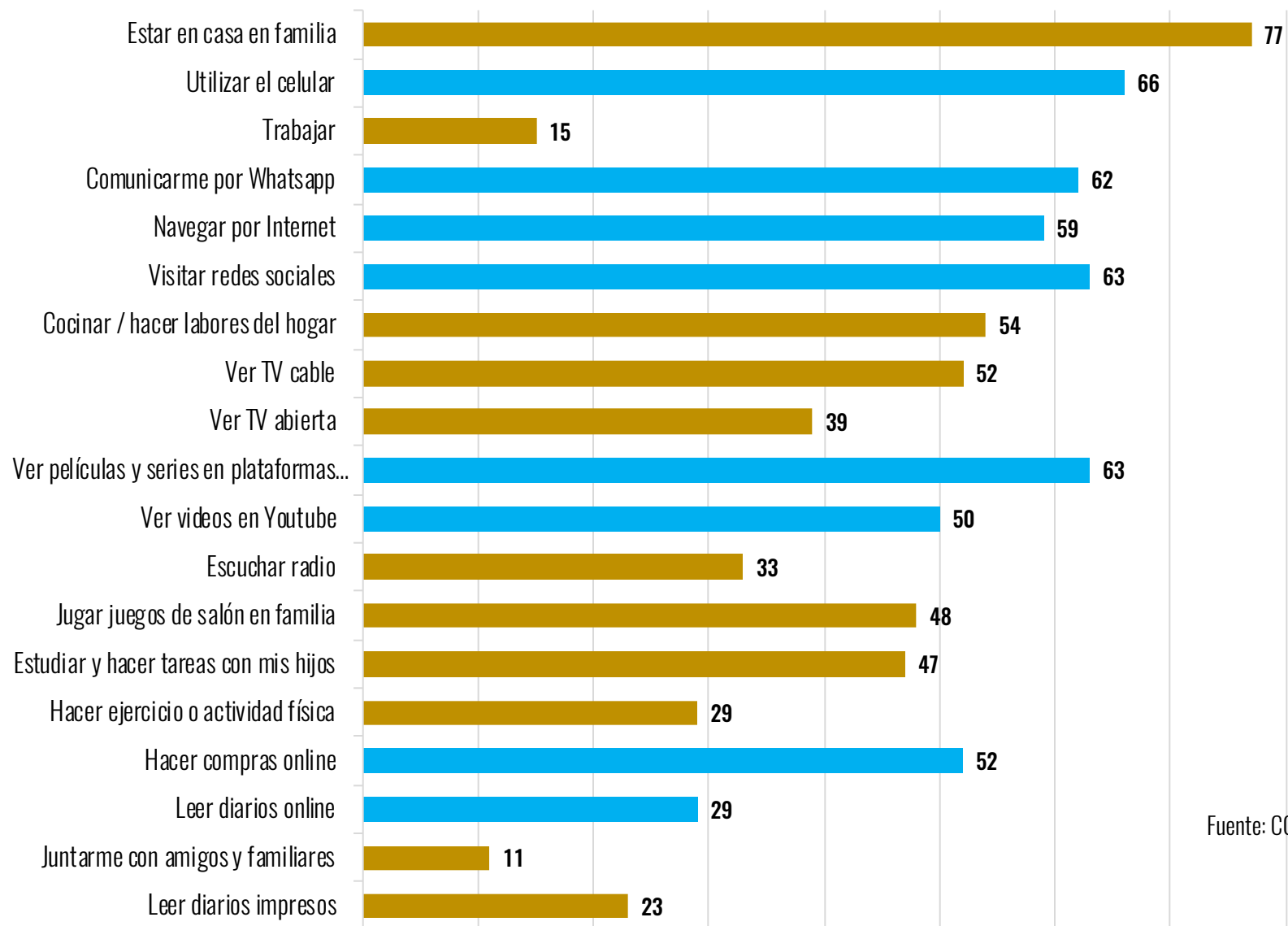


Horas diarias dedicadas a cada actividad



Fuente: CCS, Kawesqar

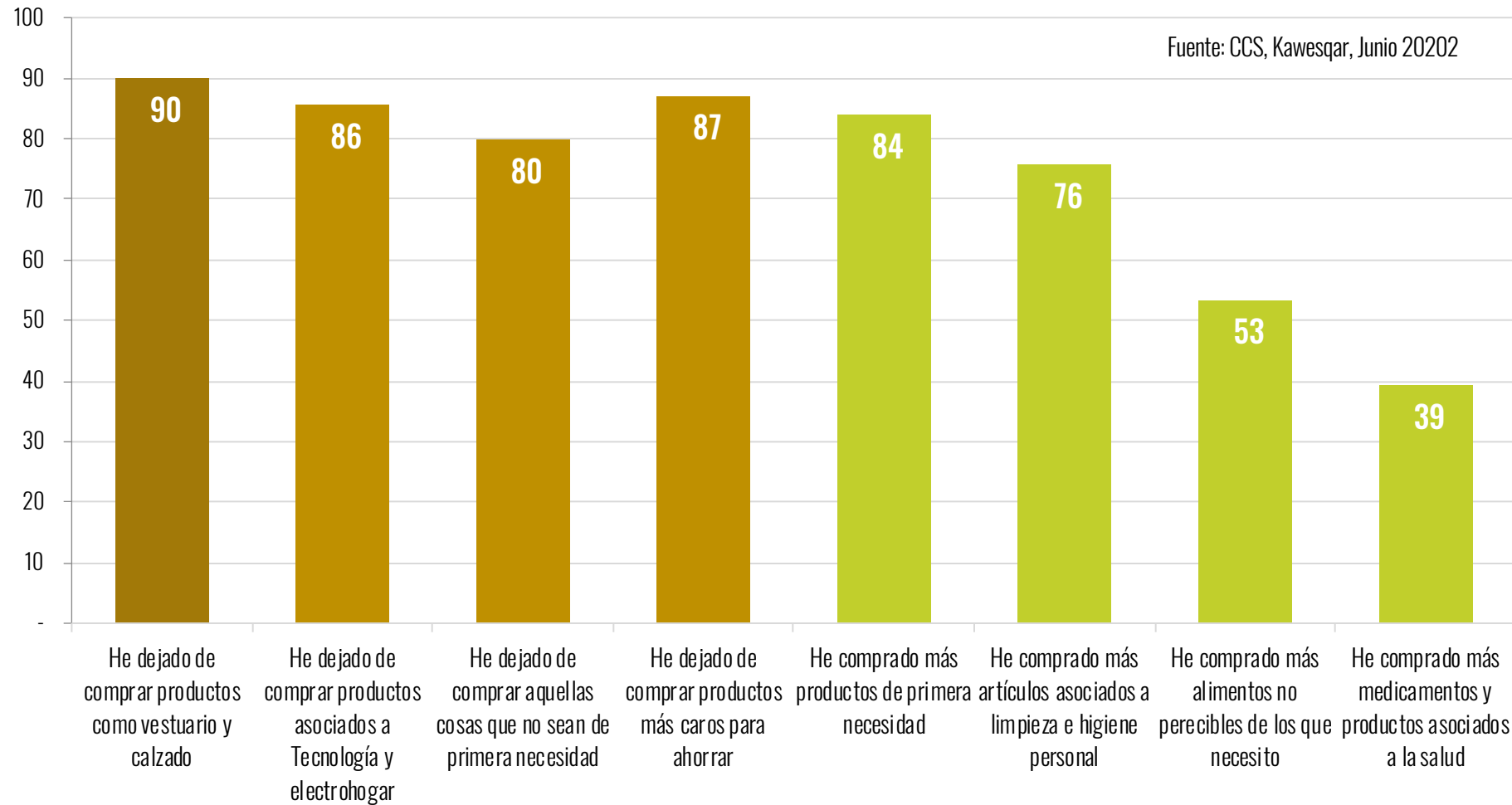
Hábitos diarios: % de personas que aumentó cada tipo de actividad



Fuente: CCS, Kawesqar



¿Qué ha cambiado de las cosas que habitualmente compra?

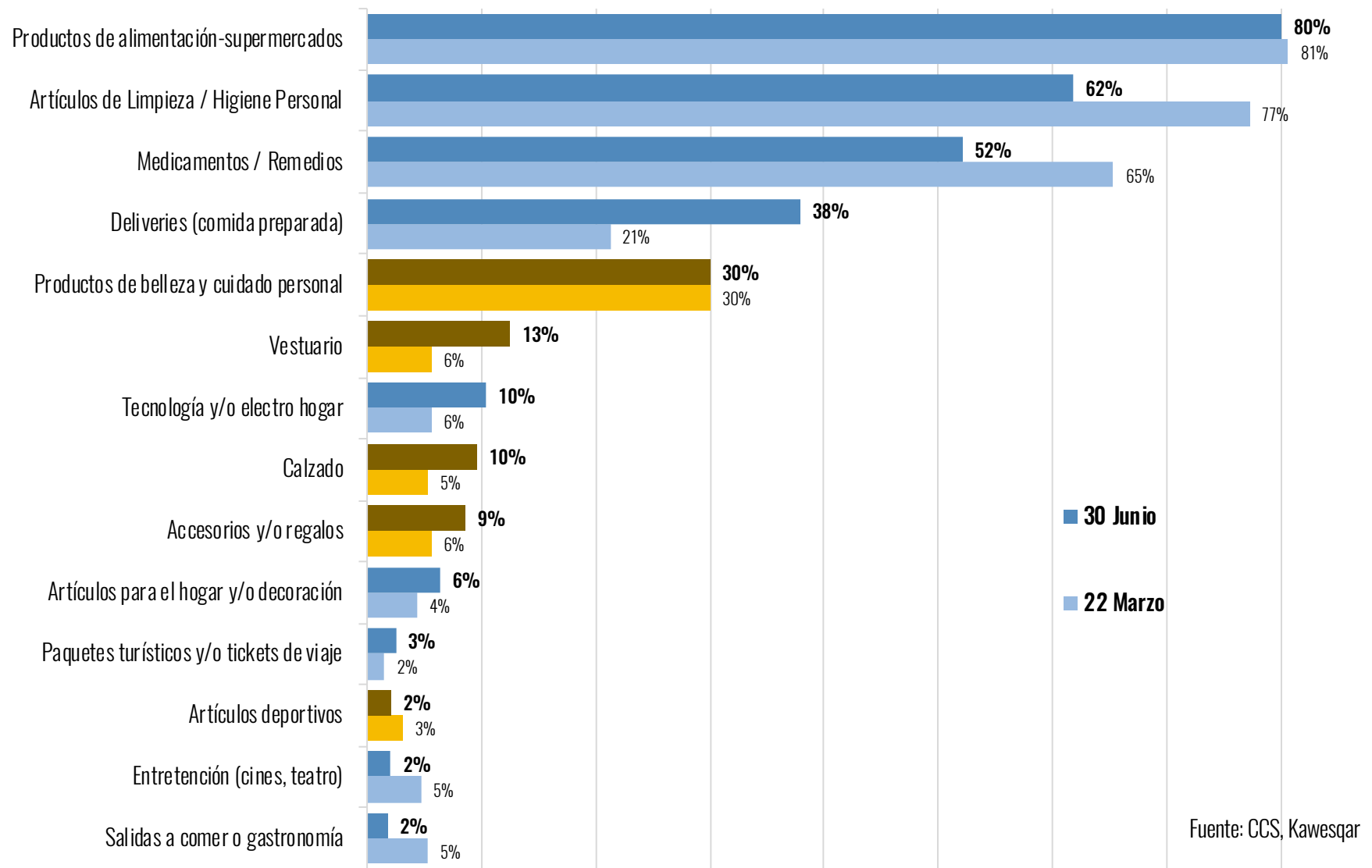


¿Has tenido que restringir tus compras producto de la crisis del Covid-19?

TOTAL	89%
Entretención	97%
Turismo & Viajes	96%
Gastronomía	95%
Deportes	94%
Vestuario	92%
Calzado	91%
Decoración	91%
Regalos	88%
Tecnología / Electrohogar	87%
Belleza & Cuidado Personal	53%
Deliveries (Comida)	46%
Medicamentos	15%
Alimentación	10%

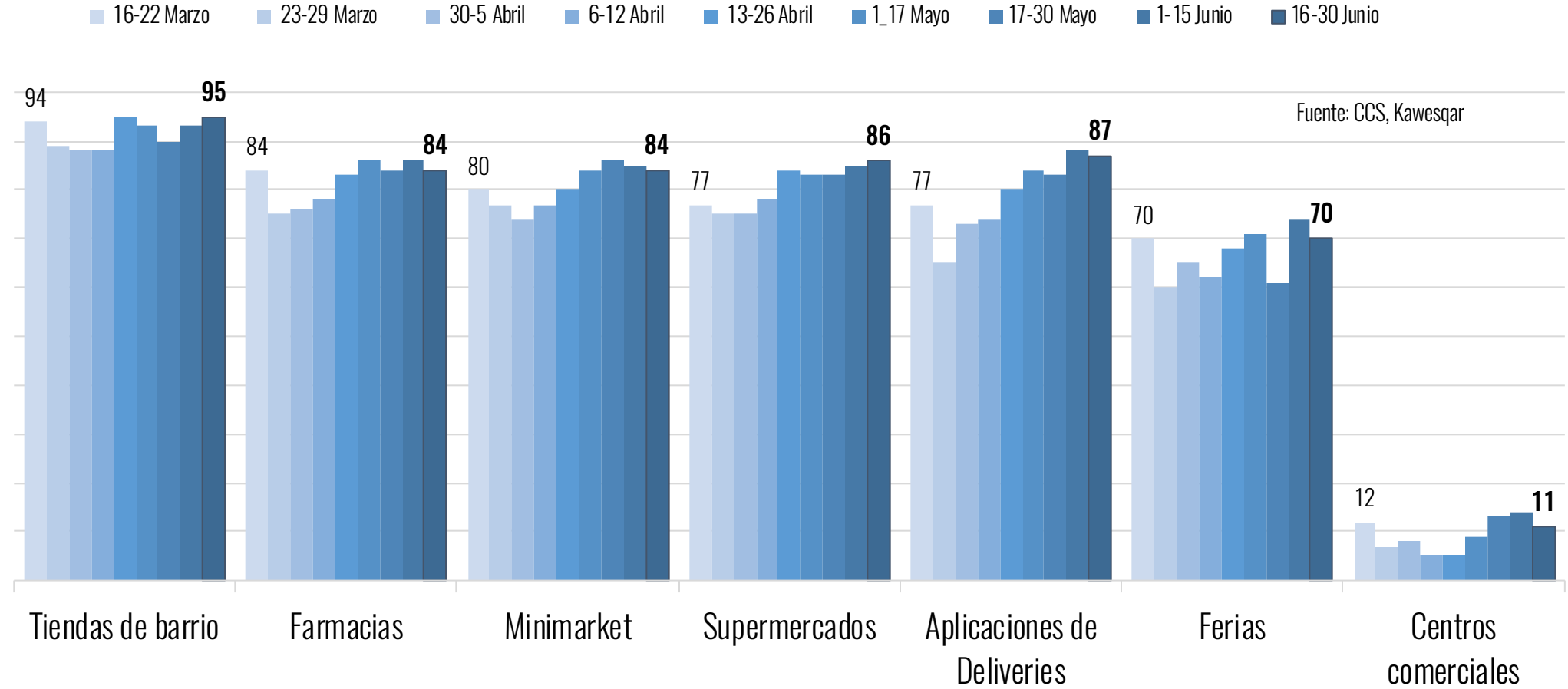
Intención de compra

(Porcentaje que piensa comprar cada producto en los próximos 15 días)



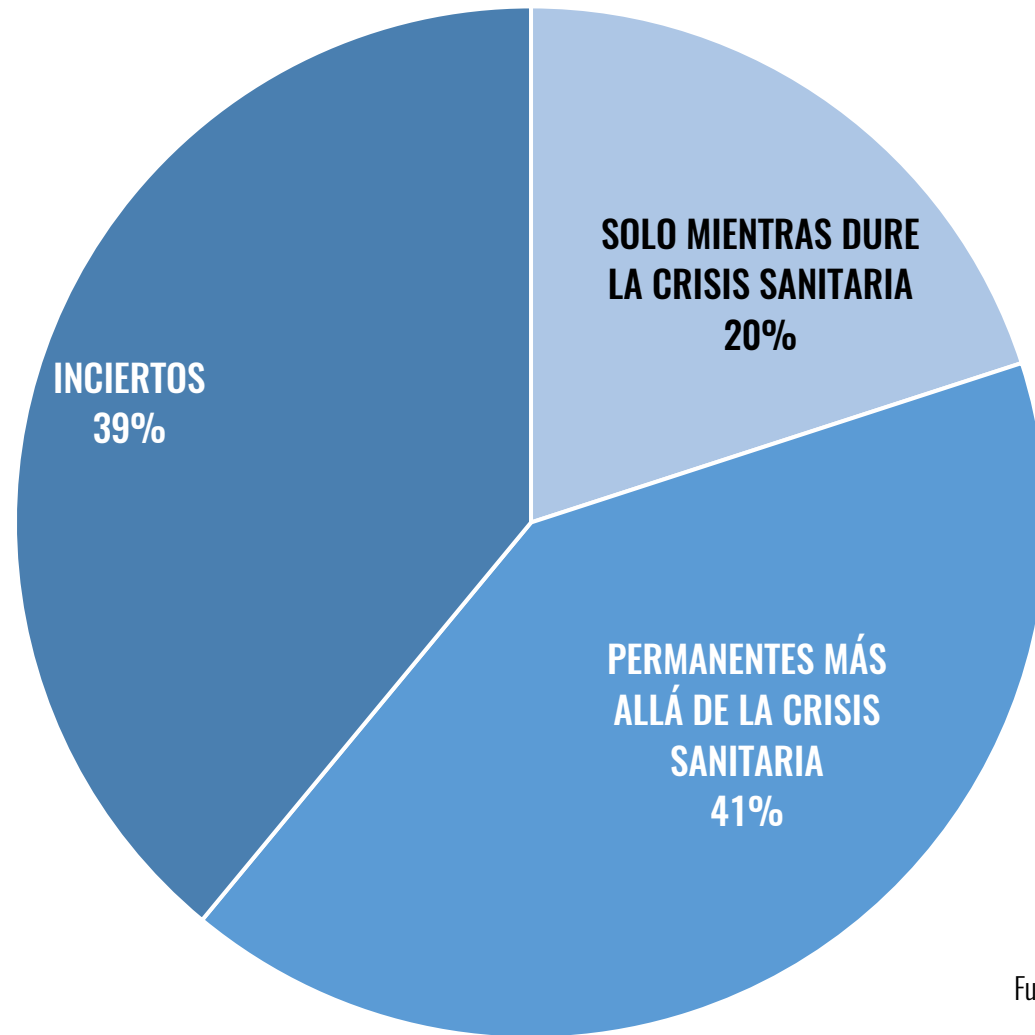
Fuente: CCS, Kawesqar

¿Se encuentran funcionando normalmente los siguientes servicios en su barrio?



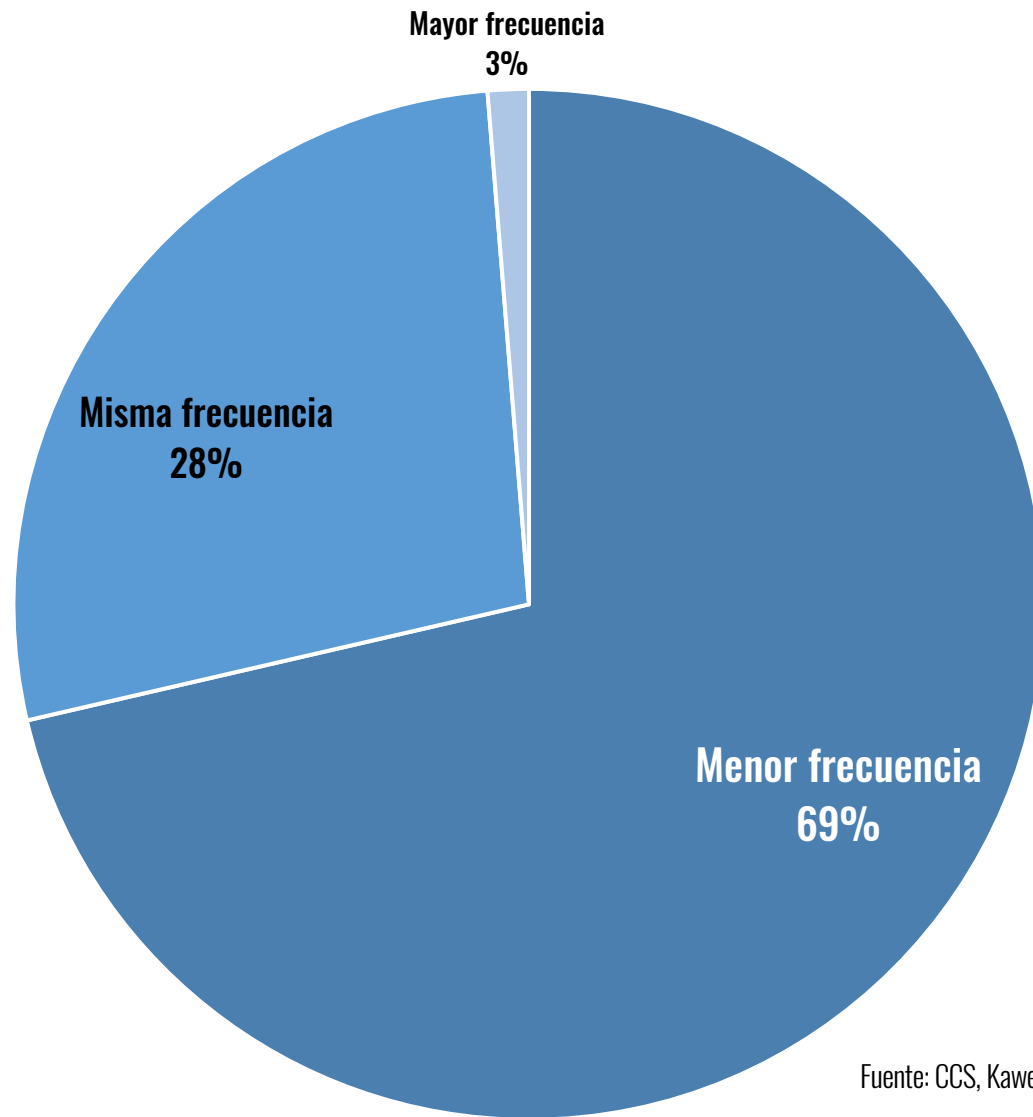


En relación a los cambios en los hábitos de consumo que ha experimentado desde que comenzó la crisis sanitaria del Covid19, estos cambios serán:



Fuente: CCS, Kaweqar, Jun 2020

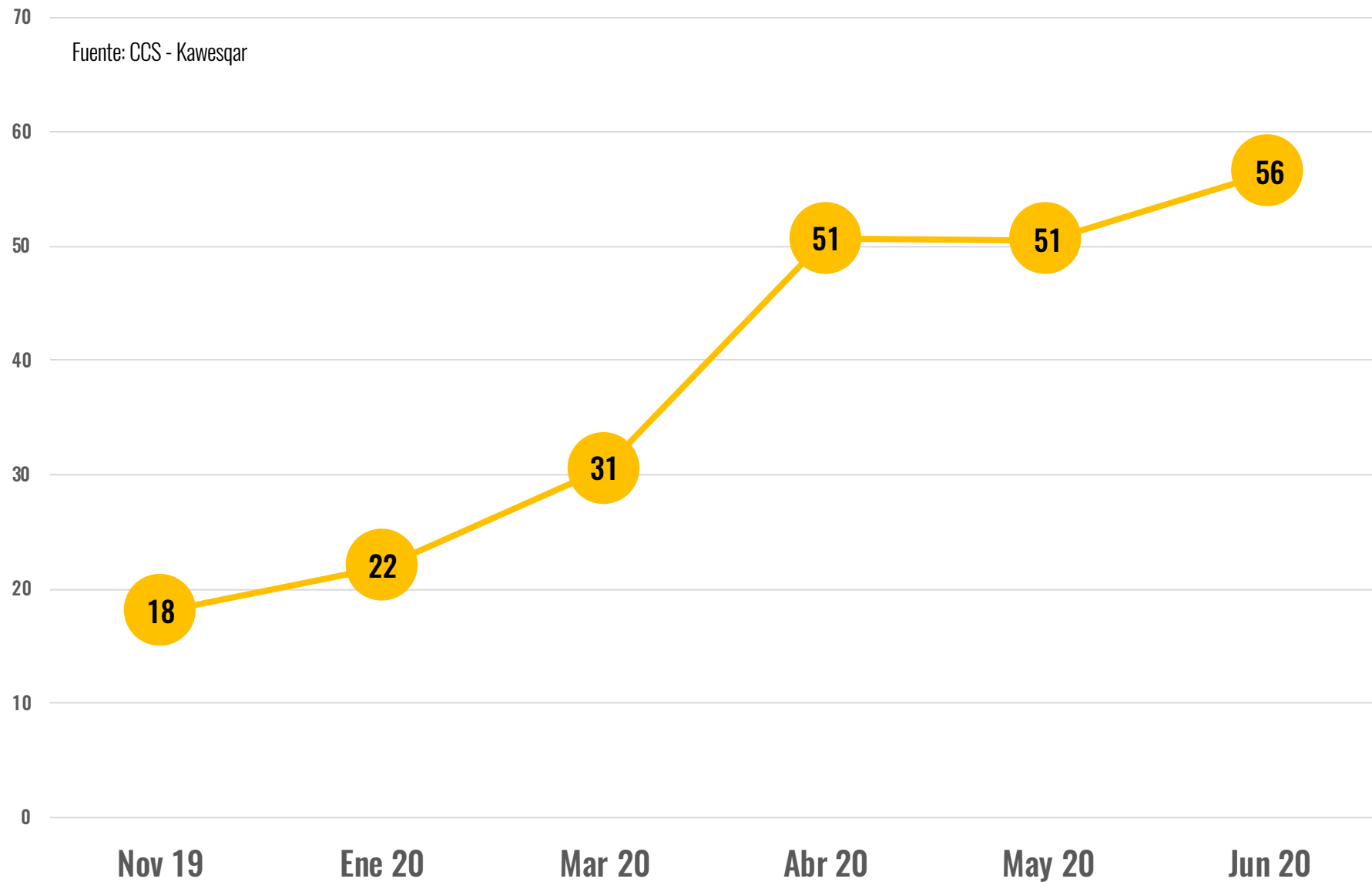
Una vez superada la pandemia, visitará centros comerciales (Malls) con:



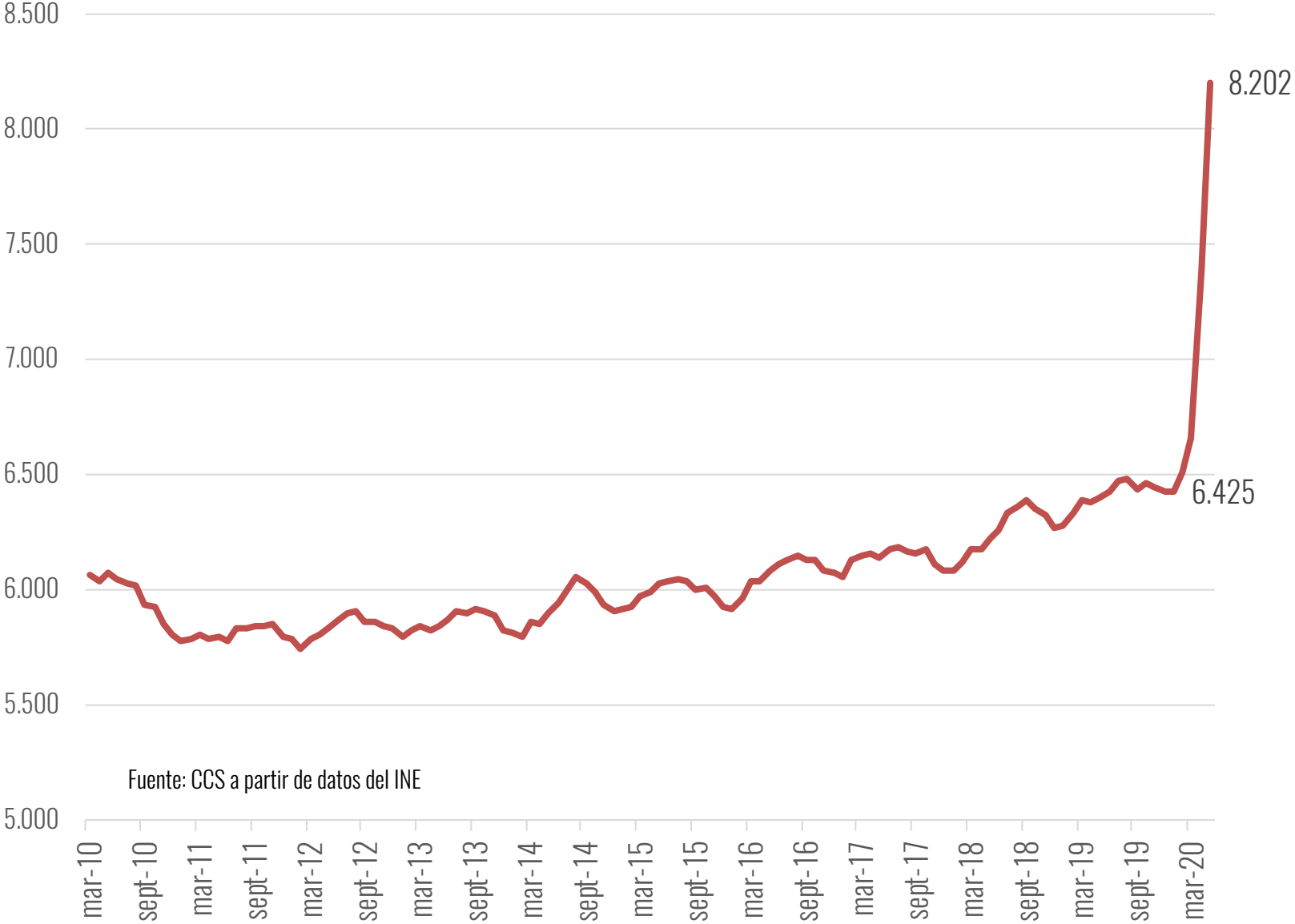
Fuente: CCS, Kawesqar, 2da quincena Junio 2020

¿ALGÚN MIEMBRO DE TU NÚCLEO FAMILIAR HA PERDIDO SU EMPLEO?

(% que responde SI)

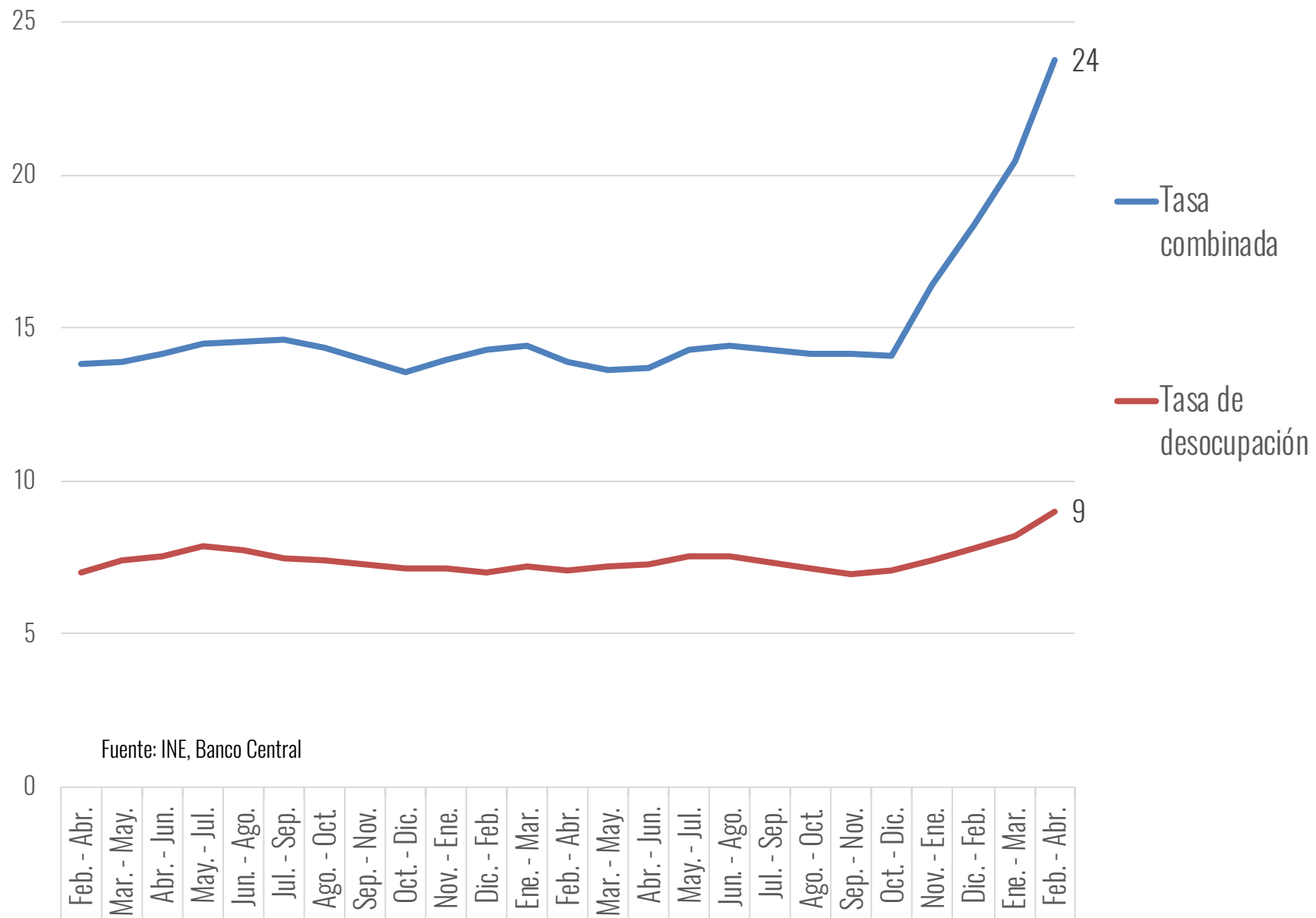


Personas en edad de trabajar sin empleo (miles)



Fuente: CCS a partir de datos del INE

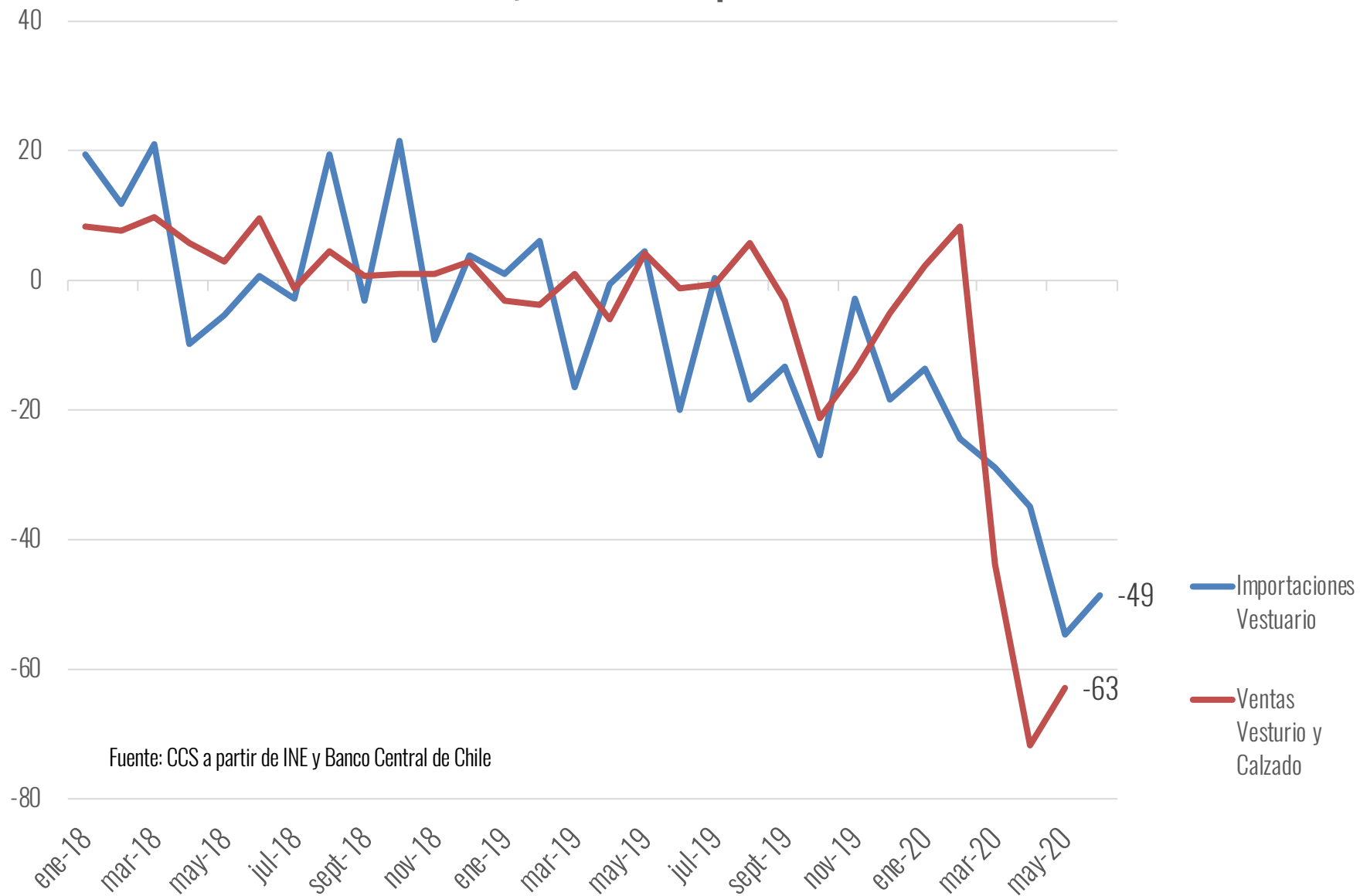
Desempleo vs Tasa combinada de desocupación y fuerza de trabajo potencial



Fuente: INE, Banco Central



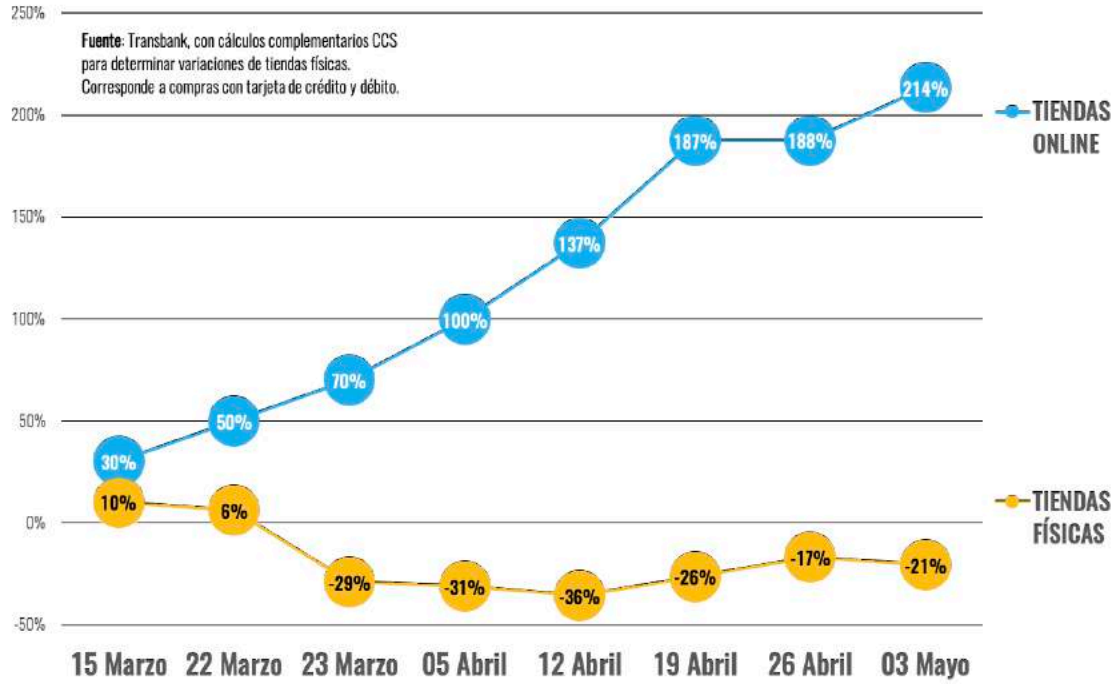
Evolución ventas vestuario y calzado e importaciones de vestuario



Fuente: CCS a partir de INE y Banco Central de Chile

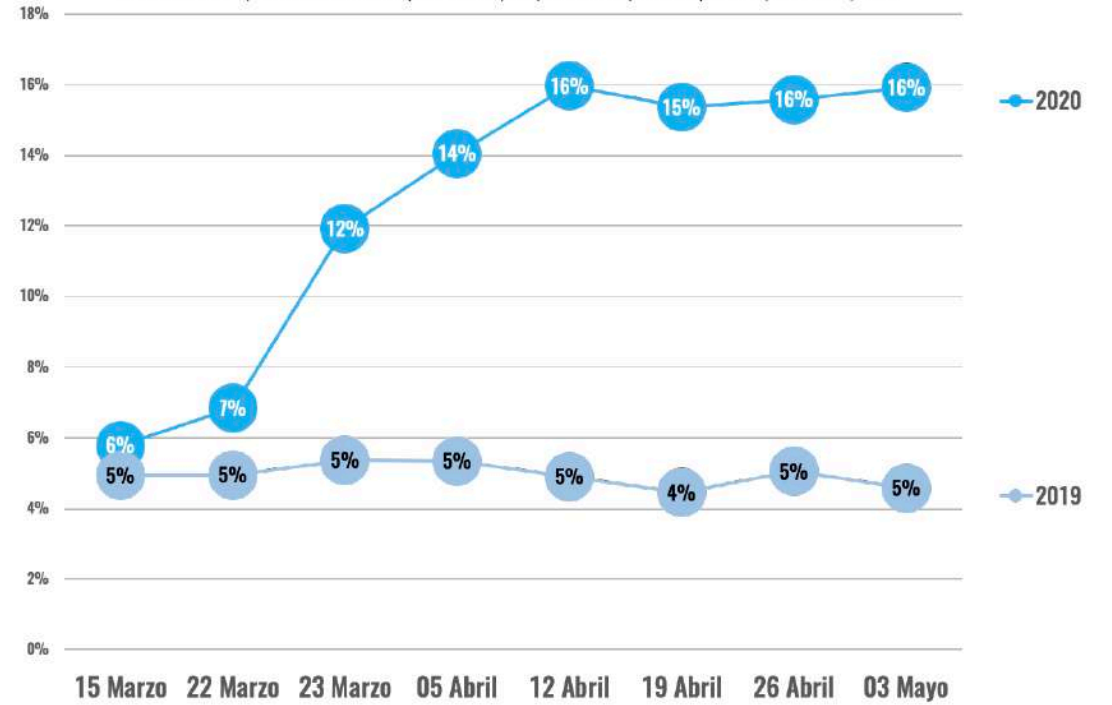
Variación de ventas del comercio físico vs online 2020

(Variación en 12 meses de cada período, venta de bienes físicos)

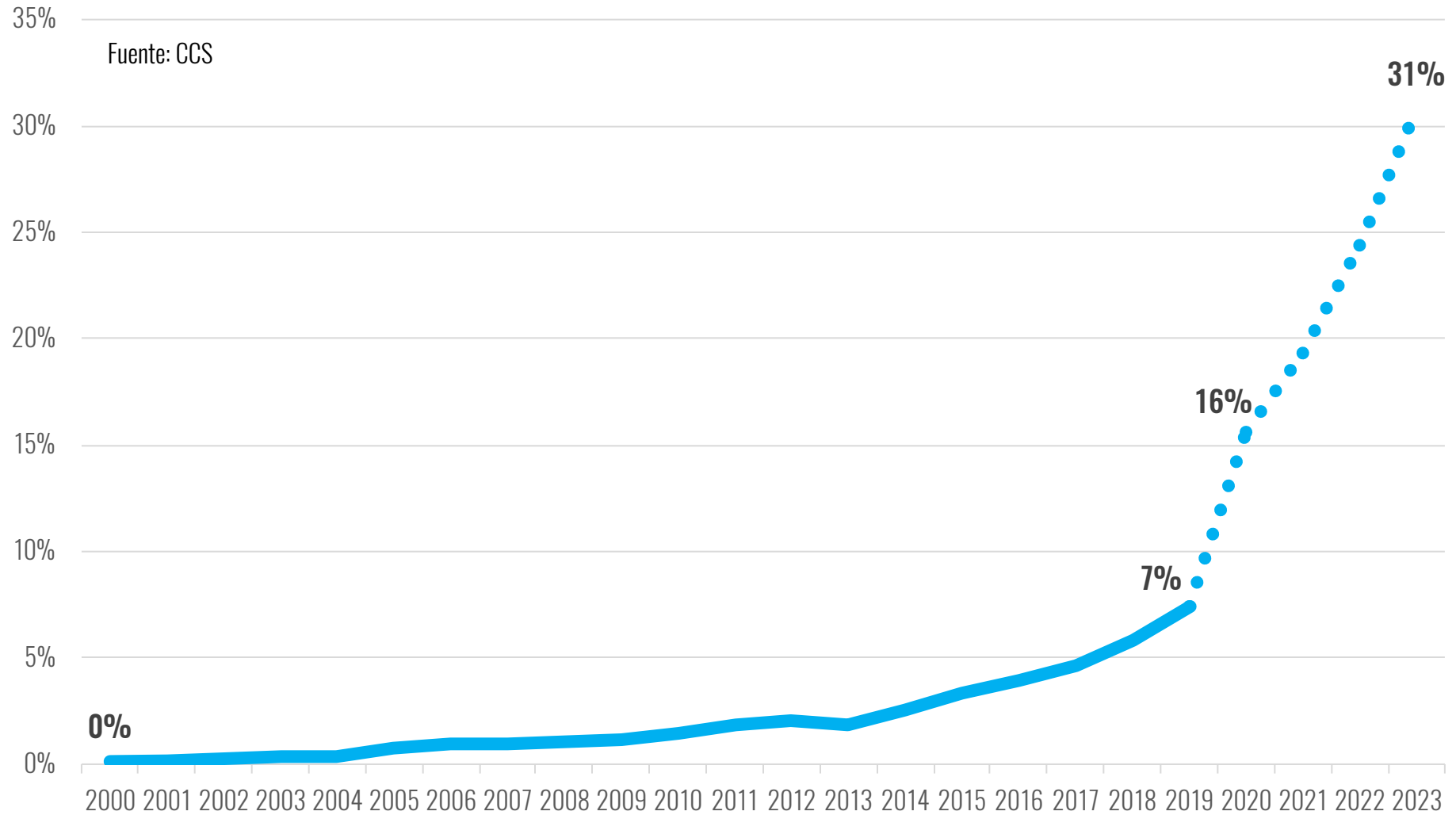


Participación del eCommerce en las ventas del comercio

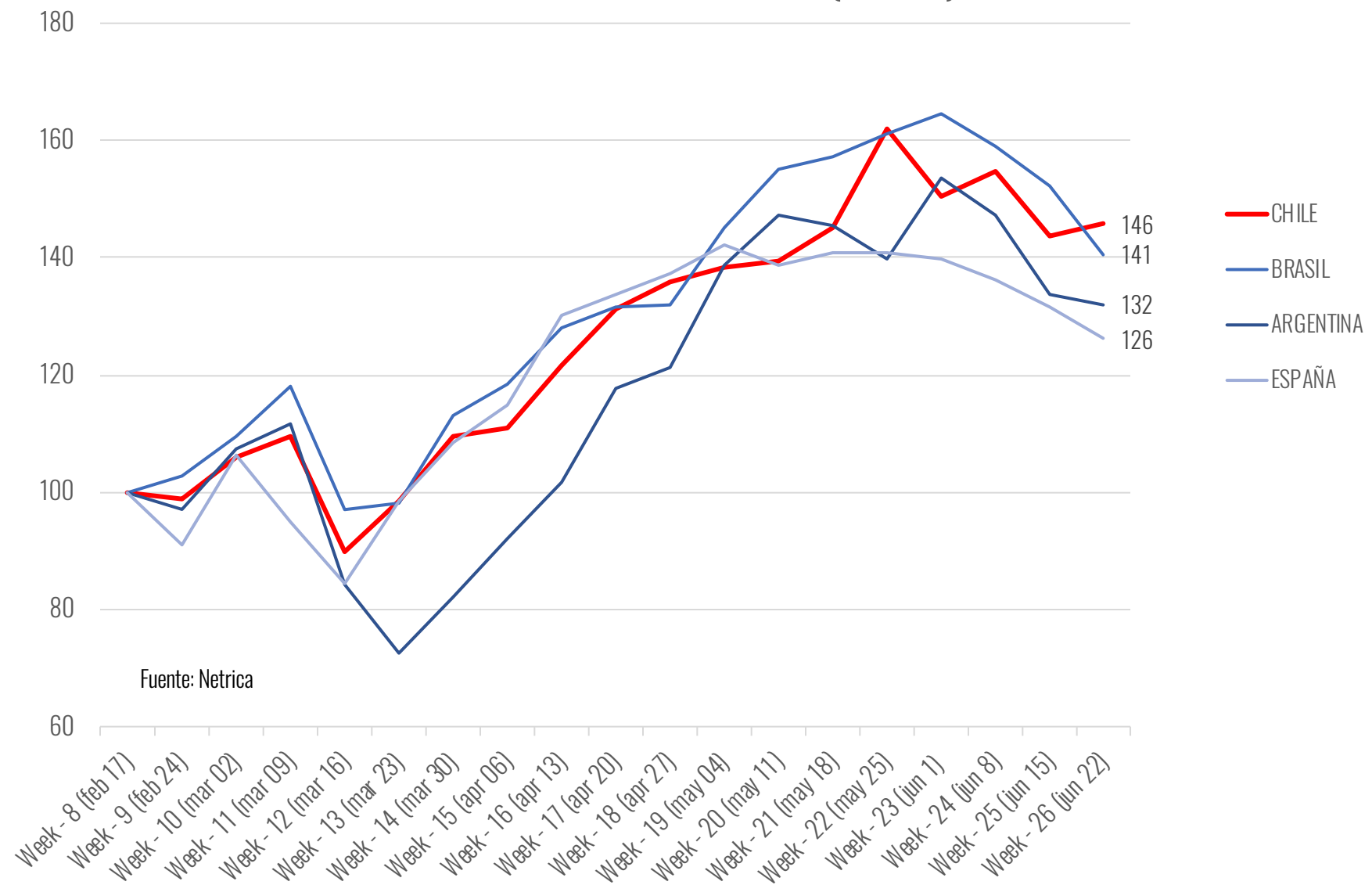
Fuente: Cálculos CCS a partir de datos de Transbank para determinar participaciones. Corresponde a compras con tarjetas de débito y crédito.



CHILE: Penetración B2C sobre Retail Total



Evolución visitas a sitios e-commerce (bienes)



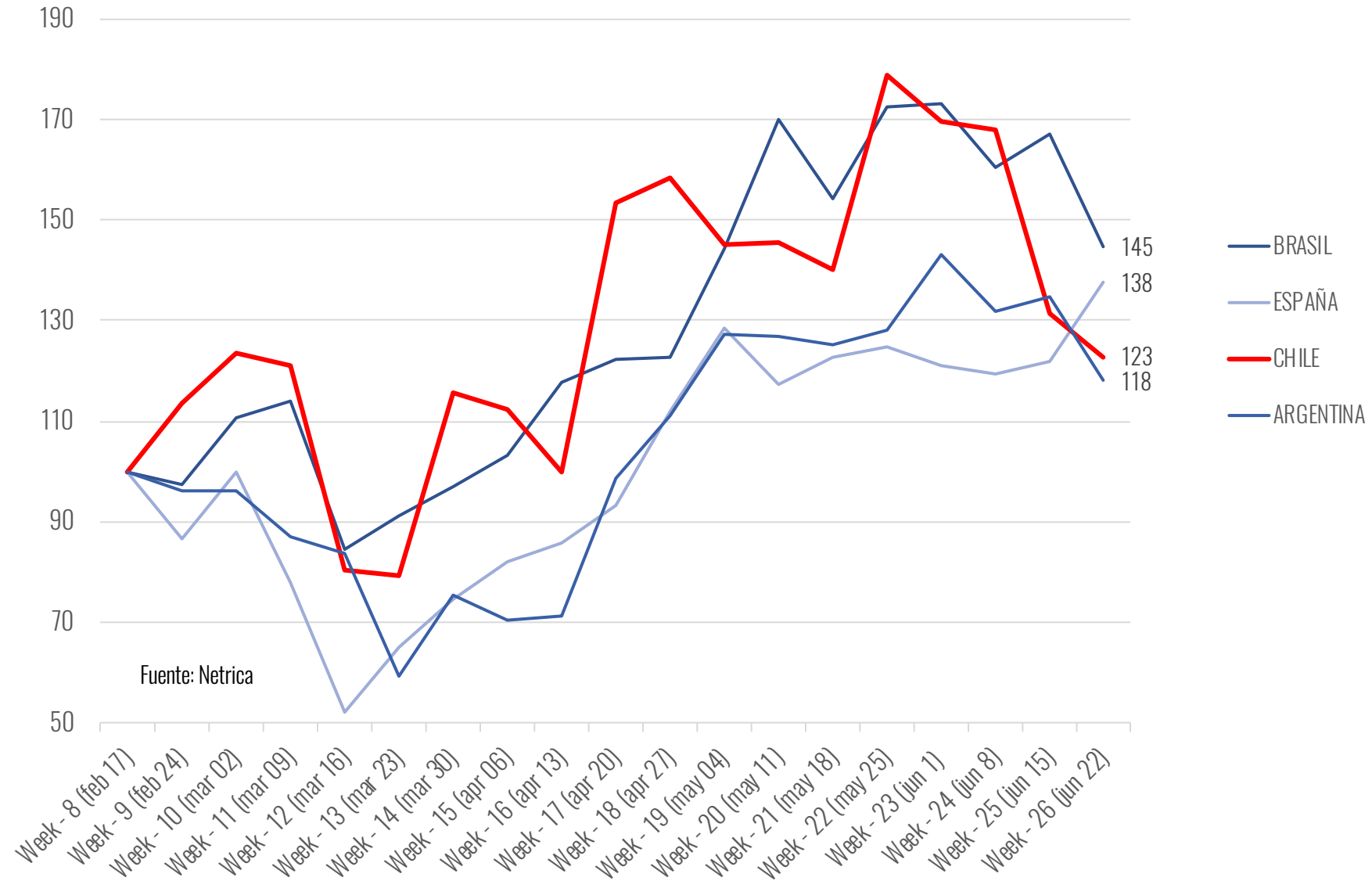
Fuente: Netrica

Índice severidad medidas de contención Covid vs visitas a sitios de shopping online

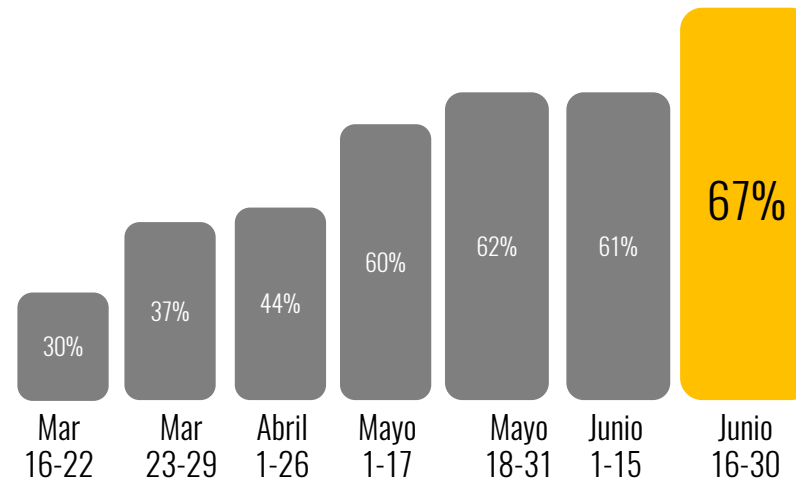


Fuente: CCS a partir de Netrica y U. de Oxford

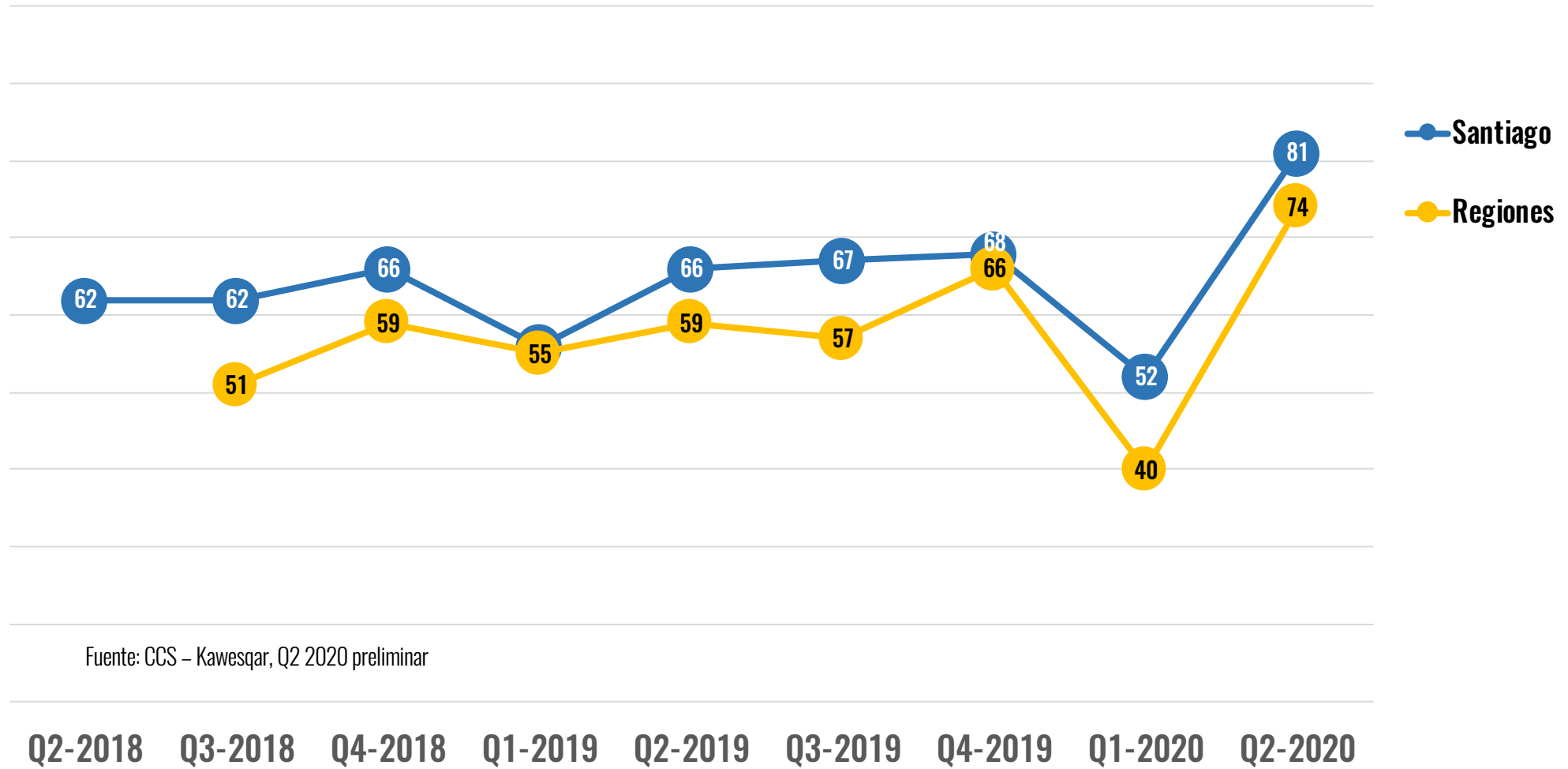
Evolución visitas a sitios e-commerce (fashion)



**% de
consumidores que
realizó compras
online en cada
período**

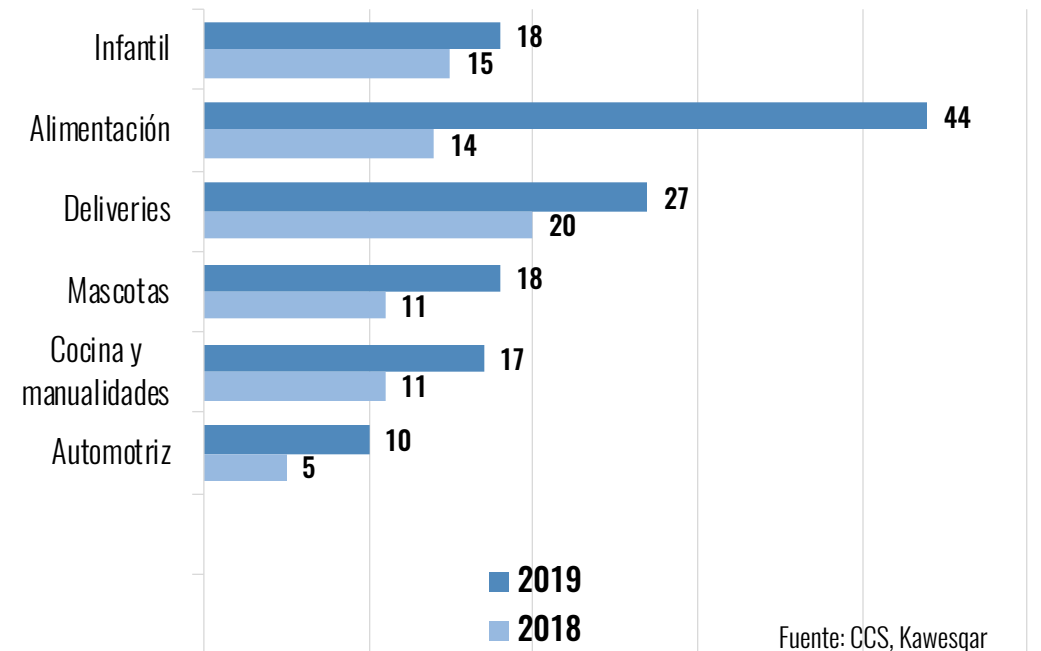
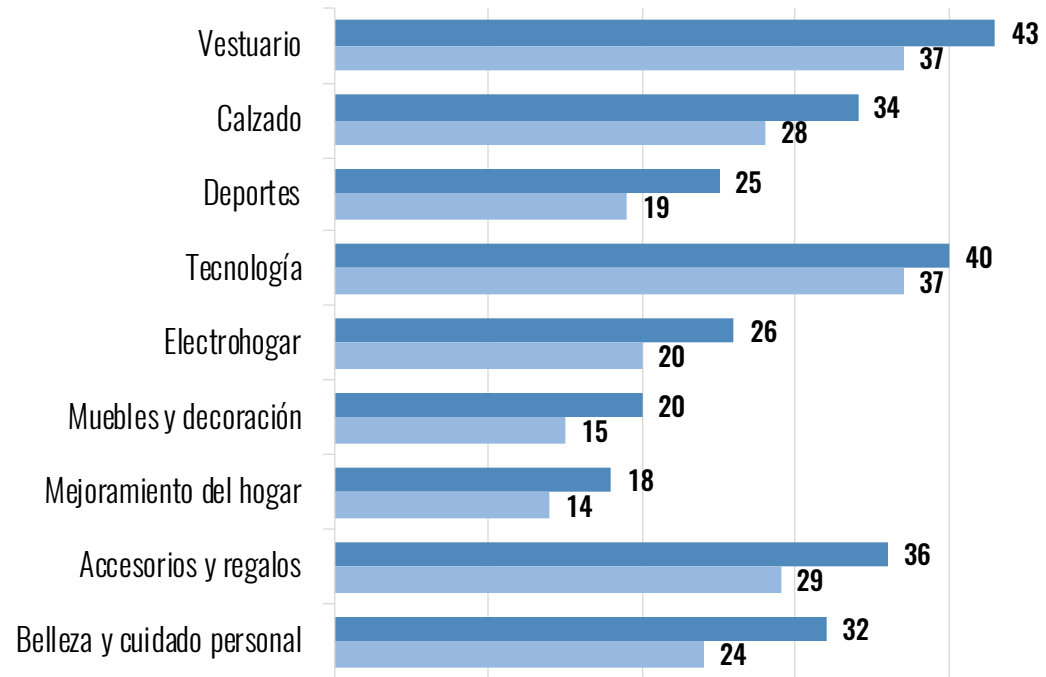


Porcentaje de usuarios de Internet que realizaron compras en cada trimestre



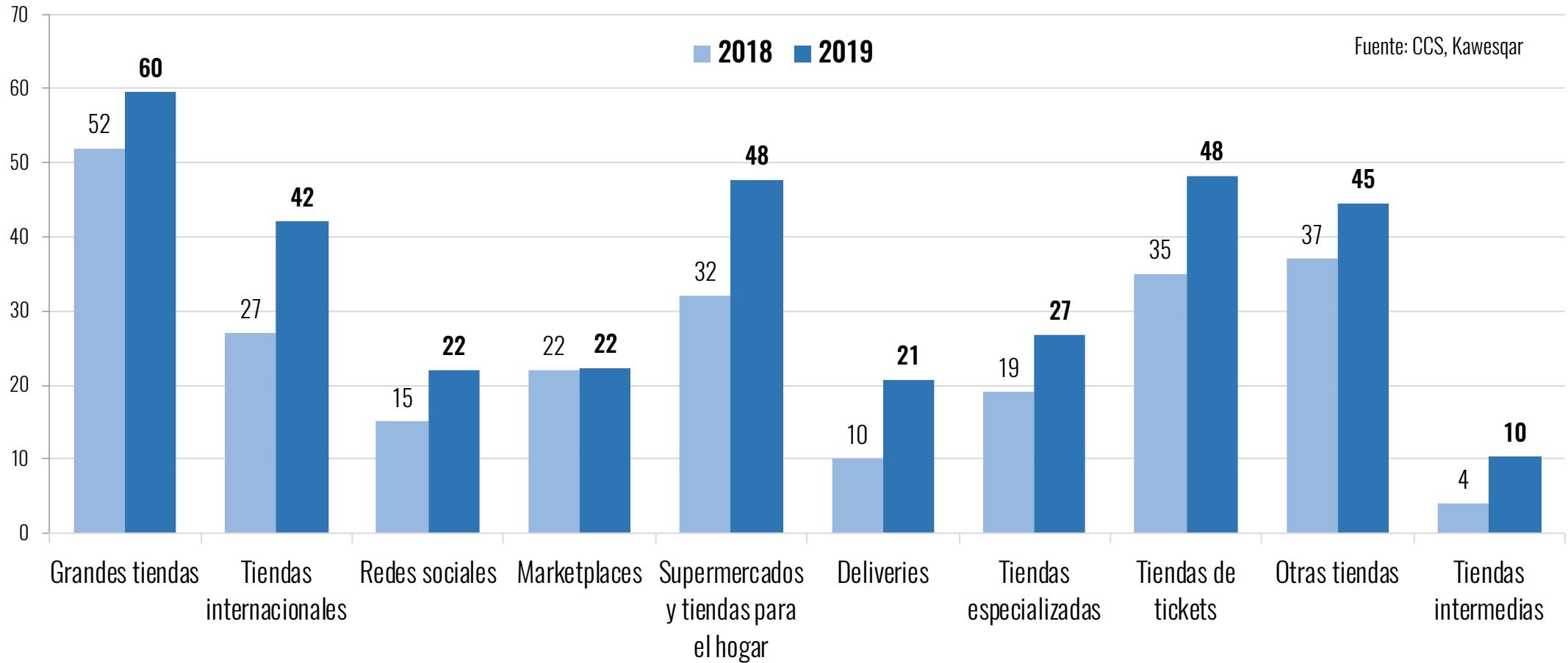
Fuente: CCS – Kawesqar, Q2 2020 preliminar

% De canales de compra ONLINE utilizados por categoría, RM



Fuente: CCS, Kawesqar

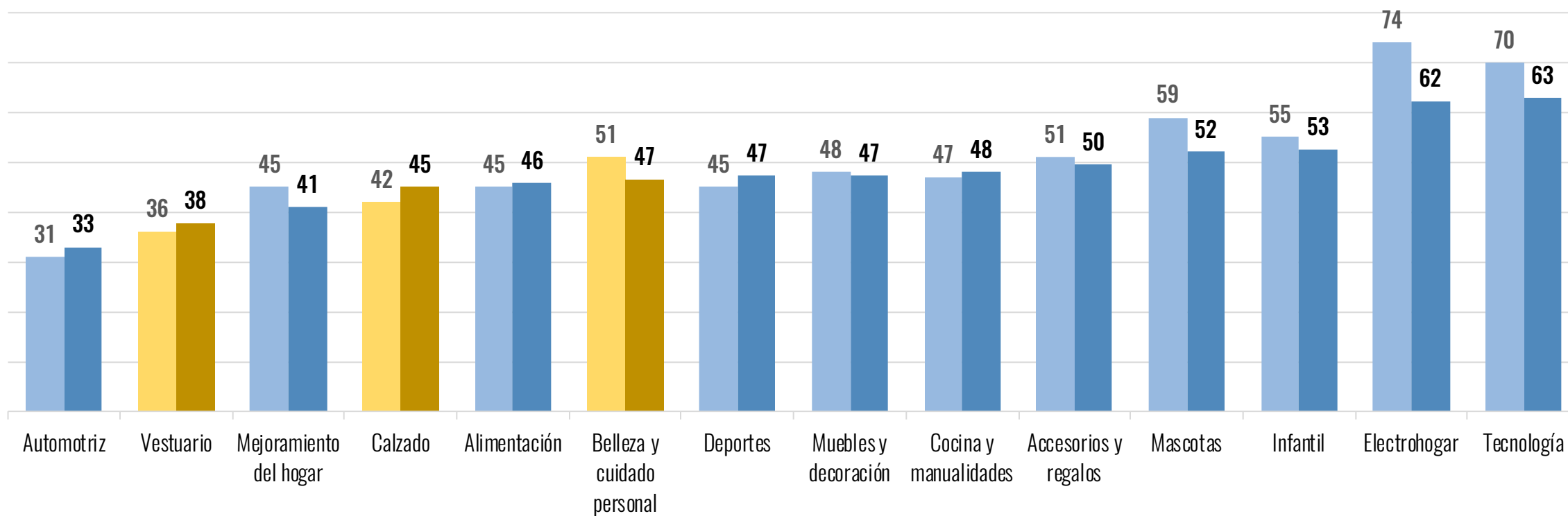
Canales de compra utilizados (al menos una vez) por los usuarios de eCommerce (RM)



Preferencia de utilización de canal online para una próxima compra (% de usuarios, RM)

Fuente: CCS, Kawesqar

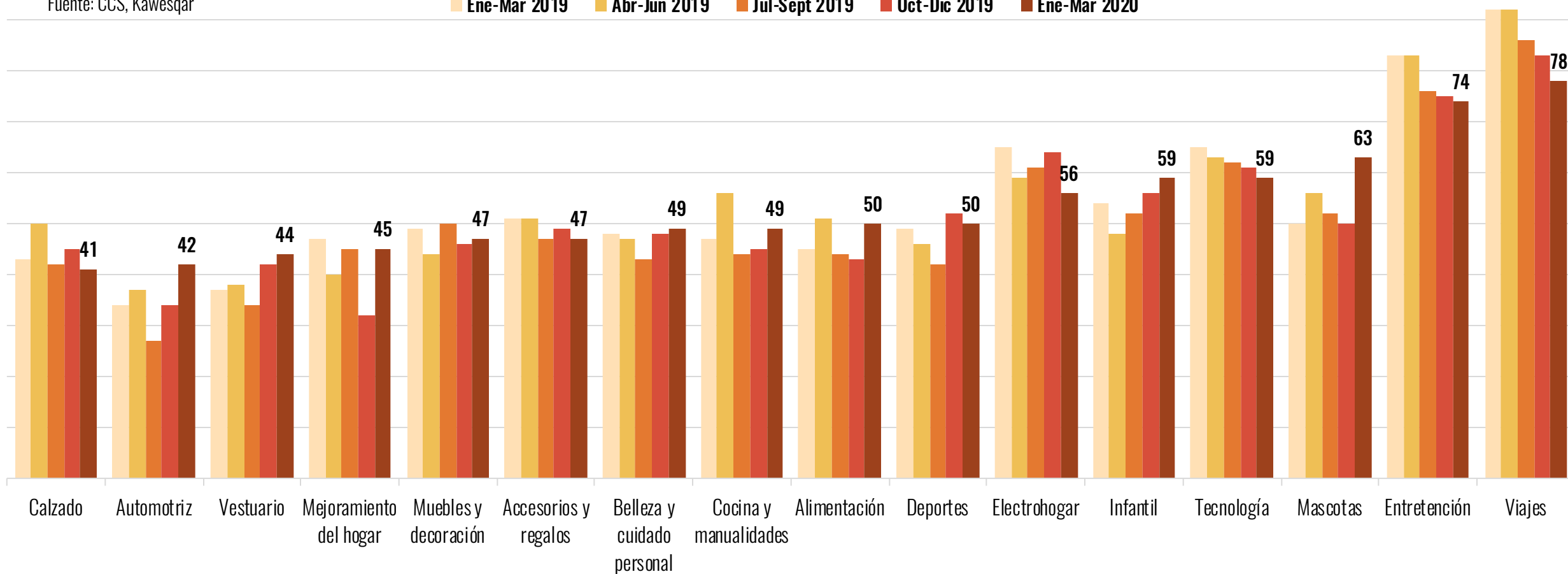
■ 2018 ■ 2019



Preferencia de utilización de canal online para una próxima compra (% de usuarios, RM)

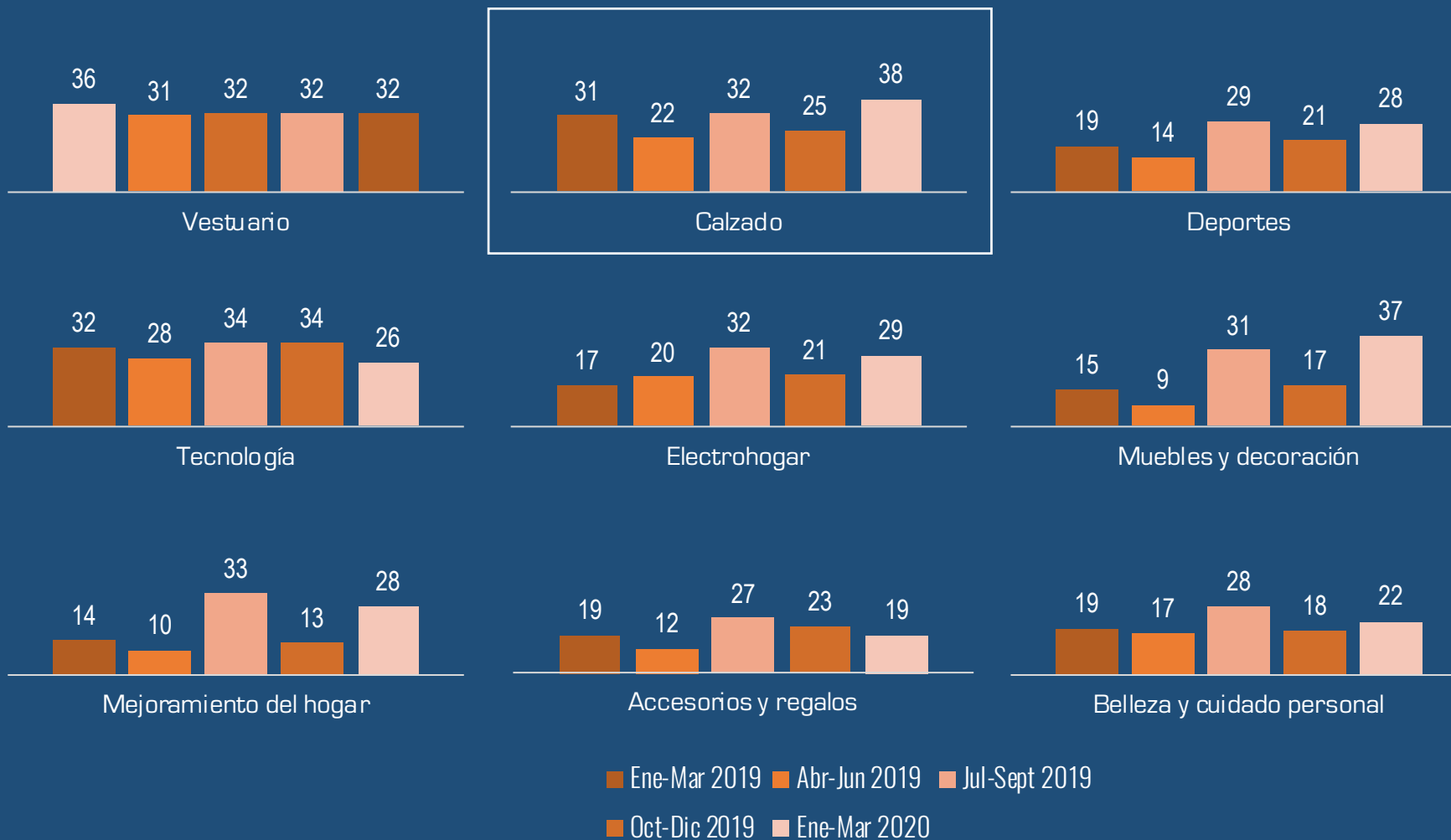
Fuente: CCS, Kawesqar

■ Ene-Mar 2019
 ■ Abr-Jun 2019
 ■ Jul-Sept 2019
 ■ Oct-Dic 2019
 ■ Ene-Mar 2020



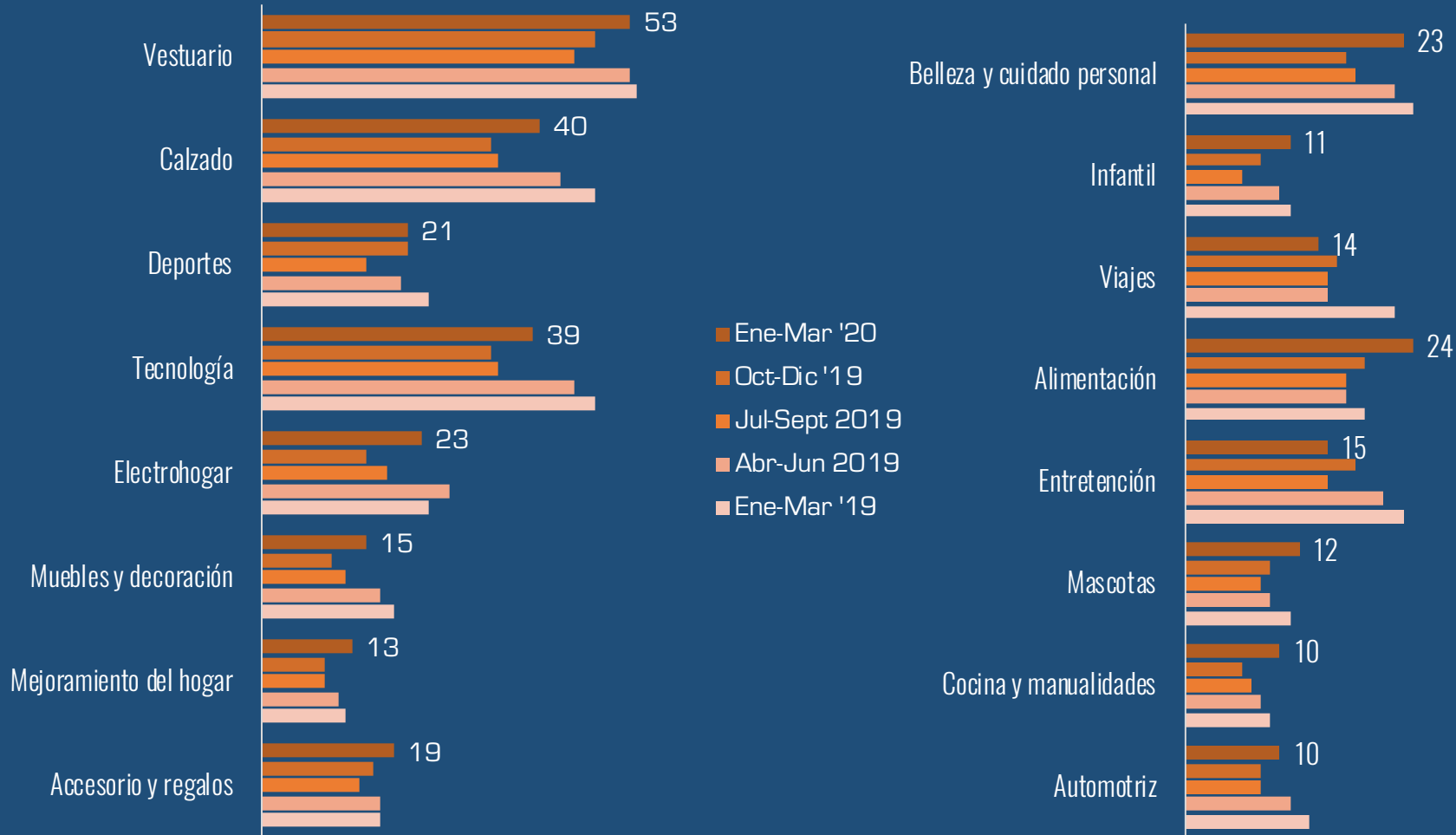
VITRINEO OFF → COMPRA ON: ¿En cuál de las categorías vitrineaste un producto en la tienda física para luego comprarlo online?

RM



VITRINEO ONLINE → COMPRA EN TIENDA FÍSICA

SOLO USUARIOS QUE COMPRARON ONLINE ALGÚN TIPO DE PRODUCTO, RM



50%

COMPRÓ EN TIENDA FÍSICA LUEGO DE
HABER VITRINEADO ONLINE EL PRODUCTO,
ENTRE LOS USUARIOS DE ECOMERCE
ENERO-MARZO 2020

FASHION ON LINE



CENTRO ECONOMÍA DIGITAL CCS
[@georgelever](#)