

The background of the slide is a photograph of an outdoor fruit market. In the foreground, there are several crates and baskets filled with various fruits, including lemons, avocados, and pineapples. Price tags are visible, such as 'LEMON 5.200' and 'AVOCADOS 1.00'. A woman in a grey puffer jacket is seen from the back, looking at the produce. In the background, a man wearing a cap is also visible. The overall scene is a busy market environment.

YANHAAS

ADVANCED MARKET RESEARCH

CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE LOS SHOPPERS POR LA CUARENTENA

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS



Insights y oportunidades para accionar en el nuevo entorno

Estudio sobre el impacto del COVID19 en los hábitos del shopper

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

¿Quién ha salido más frecuentemente a realizar las compras de alimentos en esta cuarentena?

67% los hombres

30% las mujeres

3% los hijos

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

¿Cómo están haciendo las compras de víveres en su hogar?

95% desplazándose al punto de venta

36% domicilios por llamada tel

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

¿Cómo están haciendo las compras de víveres en su hogar?

26%

Apps domicilios

21%

Página web o apps de establecimientos

20%

Domicilio - Chat Whatsapp

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



¿Cada cuánto están haciendo las compras de víveres en su hogar?

2 a 3 veces por semana

20%

semanalmente

39%

cada 15 días

28%

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

A woman in a puffer jacket is seen from behind, shopping at a market stall. The stall is filled with various fruits, including pineapples, lemons, limes, and avocados. Price tags are visible, such as 'LEMON 5.20' and 'LIMES 2-1.00'. The background shows other market stalls and a person in a cap.

Durante la cuarentena

59% ha comprado
marcas que **nunca**
había comprado

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



Durante la cuarentena

59%

ha querido
ensayar **nuevas**
recetas o cambiar
las preparaciones

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



Durante la cuarentena

67%

**ha tratado de hacer
preparaciones
rápidas y prácticas y
de no complicarse en
la cocina**

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



Durante la cuarentena

37%

ha querido comprar
marcas que nunca
había comprado por
ensayar

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



**Estrategias que usan en el hogar para
realizar esas compras en esta cuarentena**

**Llevar
Lista**

70%

Memoria

17%

**Estar en contacto
telefónico con una
persona en la casa**

11%

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Dificultades que han encontrado al realizar la compra de los productos de la canasta familiar en la cuarentena

Dificultades con los medios de pago

66%

Aumento de precios

64%

Dificultades en el uso de las plataformas o canales electrónicos

22%

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



En caso de falta de disponibilidad de las marcas/ productos habituales usted..

**Buscó otra marca
de reemplazo de la
misma categoría**

56%

Desistió de comprar

24%

**Buscó un producto
sustituto de otra
categoría**

20%

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Medios de pago usados durante la cuarentena

Efectivo **59%**

Datáfono **27%**

PSE **20%**

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Otros hábitos que cambiaron con la cuarentena

ESTUDIO YANHAAS

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Durante la cuarentena

66%

**ha modificado
considerablemente
sus horarios de
levantarse y
acostarse**

ESTUDIO YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Durante la cuarentena

22% ha **comido** más de lo habitual

ESTUDIO YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



Durante la cuarentena

64% ha tenido más **peleas y discusiones** en familia de lo habitual

ESTUDIO YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Durante la cuarentena

5%

empezó a realizar
diferentes
actividades físicas y
de ejercicio

ESTUDIO YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Durante la cuarentena

4%

empezó **cursos** o
algún tipo de
aprendizaje por
Internet

ESTUDIO YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Durante la cuarentena

29%

cree que las **redes sociales** han sido la mayor **barrera / distracción** para desarrollar las actividades diarias

ESTUDIO YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Durante la cuarentena

28%

cree que las fallas de internet han sido la mayor barrera / distracción para desarrollar las actividades diarias

ESTUDIO YANHAAS

409 encuestas online realizadas entre el 9 y 15 de abril 2020
en Bogotá, Medellín, Cali, B/quilla y B/manga

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH



Insights y oportunidades para accionar en el nuevo entorno

Contáctenos para más información:
contacto@yanhaas.com
juan.quintana@yanhaas.com

ESTUDIO SHOPPER YANHAAS

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH