

2022

Haz Clic Aquí



# YANHAAS

No.210 POLL

Noviembre  
2022

## CANALES

¿Dónde se realizan las compras de comida y aseo?

## SHOPPER

¿Se mantiene la compra no presencial?

## TIPOS DE SHOPPER

¿La actitud frente a las compras ha cambiado?

## ALIMENTACIÓN SALUDABLE

¿Los colombianos se cuidan más que antes?

## PMI Davivienda Manufactura de Octubre

# CANALES



## ¿DÓNDE SE COMPRA?

Las Tiendas de Descuento se consolidan como el canal más visitado por los colombianos, siendo un comportamiento transversal a todos los estratos. Los comercios de barrios siguen manteniendo su importancia frente al canal moderno.



# 62%

las ha visitado en el último mes

## Tiendas de Descuento

## Tiendas de Barrio

# 55%

las ha visitado en el último mes



# 44%

las ha visitado en el último mes

## Panadería

## Droguería de Barrio

# 36%

las ha visitado en el último mes



# 35%

los ha visitado en el último mes

## Hipermercado

# CANALES



En cuanto a la convivencia de canales, el número de canales que visitan los colombianos parece estar bajando (5,8 a 5,6 canales). Esto significa que cada vez será más difícil convencer a los shoppers de realizar una viaje de compra así sea a los canales que le quedan más cercanos.

¿EN EL ÚLTIMO MES HAS COMPRADO EN ...?	Sep. 2020	Abr. 2021	Nov. 2021	Nov. 2022	Var	
Tiendas de descuento	54%	61%	66%	62%	-4%	▼
Tienda de barrio	61%	62%	57%	55%	-2%	▼
Panaderías	52%	56%	55%	44%	-11%	▼
Droguería de barrio	48%	46%	38%	36%	-2%	▼
Hipermercados como (Éxito, Jumbo)	39%	45%	38%	35%	-3%	▼
Carnicerías	39%	45%	38%	34%	-4%	▼
Supermercados de barrio	49%	53%	33%	33%	0%	
Tiendas express como (Éxito express, Oxxo, Metro express)	15%	15%	30%	30%	0%	
Almacén especializado en frutas y verduras (Surtifruver y otros)	29%	33%	30%	27%	-3%	▼
Superetes de cadena como (Surtimax, Super inter)	20%	14%	21%	23%	2%	▲
Papelería de barrio /Miscelánea	34%	35%	35%	22%	0%	

# CANALES



En cuanto a la convivencia de canales, el número de canales que visitan los colombianos parece estar bajando (5,8 a 5,6 canales). Esto significa que cada vez será más difícil convencer a los shoppers de realizar una viaje de compra así sea a los canales que le quedan más cercanos.

¿EN EL ÚLTIMO MES HAS COMPRADO EN ...?	Sep. 2020	Abr. 2021	Nov. 2021	Nov. 2022	Var	
<b>A través de un catálogo</b> como (Novaventa, Yanbal, Ebel, Avon)	17%	13%	15%	21%	6%	▲
<b>Supermercados</b> como (Metro, Olímpica)	28%	26%	15%	19%	4%	▲
<b>Supermercado de salud</b> como (Farmatodo)	13%	12%	15%	18%	3%	▲
<b>Por internet en páginas web</b>	33%	21%	18%	17%	-1%	▼
<b>En puestos de la calle</b>	17%	18%	15%	16%	1%	▲
<b>Hiperbodegas</b> como (Makro, Alkosto)	12%	10%	13%	15%	2%	▲
<b>A través de aplicaciones de su celular</b> como Rappi o Merqueo	24%	18%	13%	13%	0%	
<b>Por whatsapp</b>	19%	11%	10%	10%	0%	
<b>Por redes sociales</b> Instagram/Facebook	18%	14%	8%	9%	1%	▲
<b>Clubes de descuento</b> como Pricemart	6%	5%	6%	8%	2%	▲

# SHOPPER



## ¿CÓMO SE COMPRA?

La nueva realidad ha tenido un gran impacto en el medio por el que los **compradores se contactan y compran en los canales**. El mayor cambio ha sido la **diversificación de medios de contacto**, donde vemos **nuevos medios como apps y páginas web** que se afianzan y continúan siendo una alternativa usada por los shoppers.

### Hiperbodegas

6% Por la pag web

2% Por teléfono



# 90%

Presencial  
(directamente en la tienda)



Encuestados que han comprado en el canal en el último mes (55)

### Supermercados



# 86%

Presencial  
(directamente en la tienda)

6% Por la pag web

6% A través de app



Encuestados que han comprado en el canal en el último mes (77)

### Hipermercados

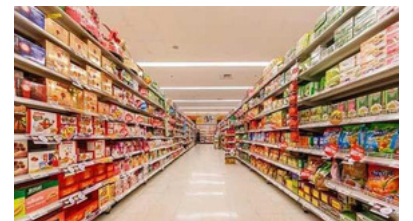
7% Por la pag web

5% A través de app



# 86%

Presencial  
(directamente en la tienda)



Encuestados que han comprado en el canal en el último mes (143)

# SHOPPER



## ¿CÓMO SE COMPRA?

La nueva realidad ha tenido un gran impacto en el medio por el que los compradores se contactan y compran en los canales. El mayor cambio ha sido la diversificación de medios de contacto, donde vemos nuevos medios como apps y páginas web que se afianzan y continúan siendo una alternativa usada por los shoppers.



### Tienda de Barrio

# 94%

Presencial  
(directamente en la tienda)

4% Por teléfono



1% A través de app



Encuestados que han comprado en el canal en el último mes (167)

### Tiendas de Descuento

# 97%

Presencial  
(directamente en la tienda)

1% Por la pag web

1% A través de app



Encuestados que han comprado en el canal en el último mes (209)

### Droguerías

# 86%

Presencial  
(directamente en la tienda)

9% Por teléfono



2% A través de app



Encuestados que han comprado en el canal en el último mes (112)





# TIPOS DE SHOPPER

Lo que compramos es el resultado de todo un **Camino hacia la Compra** que involucra entender lo que sucede **antes, durante y después** de la visita al punto de venta o del recorrido online. Reconocer qué **actitud** tiene el shopper frente a la decisión de compra y cuál de ellas prevalece aumenta las probabilidades de tomar mejores decisiones comerciales.

## TIPOS DE SHOPPER YANHAAS



En YanHaas hemos desarrollado un **modelo de análisis** que nos permite entender la **actitud de los shoppers** frente a la compra de las diferentes categorías y así identificar para cada una de ellas, las acciones que conllevan a una mayor conversión en el punto de venta o en el mundo digital.

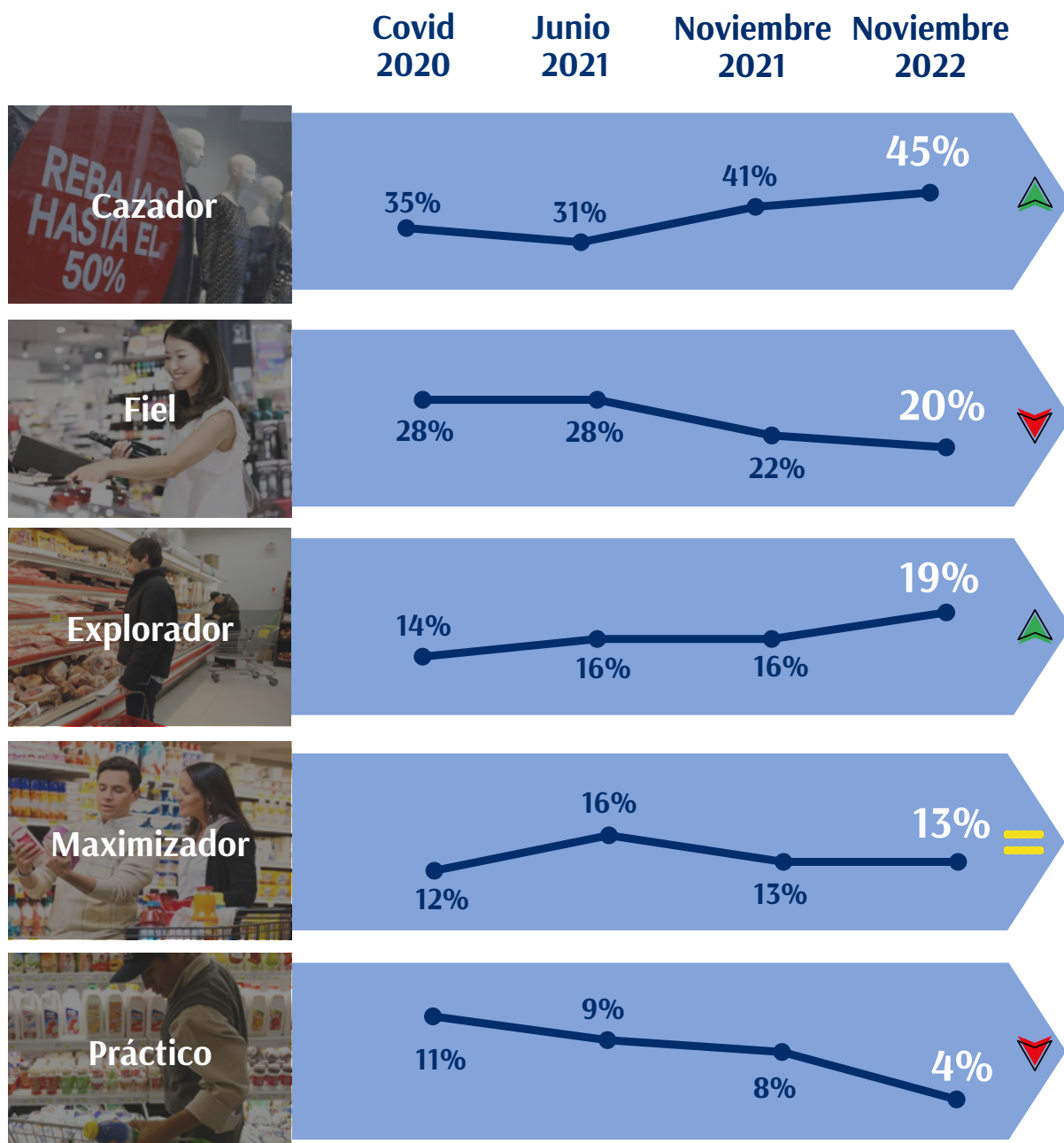
Hemos identificado **5 grandes segmentos** que hemos venido monitoreando y que a través de su evolución nos ha permitido entender **la dinámica de las compras** en el mercado colombiano. A continuación les presentamos la más reciente medición.



# TIPOS DE SHOPPER

El segmento de **Cazadores de Precios** continúa aumentando como consecuencia de la presión inflacionaria particularmente de los alimentos, que lleva a los shoppers a buscar precios bajos. En esa vía la Fidelidad del shopper sigue afectada para dar paso a un shopper **Explorador** que está buscando nuevas alternativas que le ofrezcan una mejor relación costo/beneficio.

## TIPOS DE SHOPPER YANHAAS





# ALIMENTACIÓN



## SALUDABLE

Buscar formas de sentirse más saludable en la alimentación es una necesidad latente para los colombianos y una oportunidad que las marcas aún tienen espacio para capitalizar. En términos concretos, la reducción del consumo de **Azúcar procesado** se consolida como la medida más frecuente que han tomado los consumidores, seguida de la reducción del consumo de carne de res. Sin embargo, hay que tener en cuenta que sólo el 3,3% se declara vegetariano o vegano.

# 80%

Está buscando ser más saludable en lo que compra de alimentos y bebidas



**16%**  
Oct 2021 - 14%

No consume o consume muy poco **Azúcar procesado**

**14%**  
Oct 2021 - 20%

No consume o consume muy poco **Carne de Res**

**11%**  
Oct 2021 - 12%

No consume o consume muy poco **Comidas con Grasa**





## LOS PEDIDOS DE FÁBRICA Y LA PRODUCCIÓN SE CONTRAJERON EN COLOMBIA EN OCTUBRE

### PRINCIPALES CONCLUSIONES

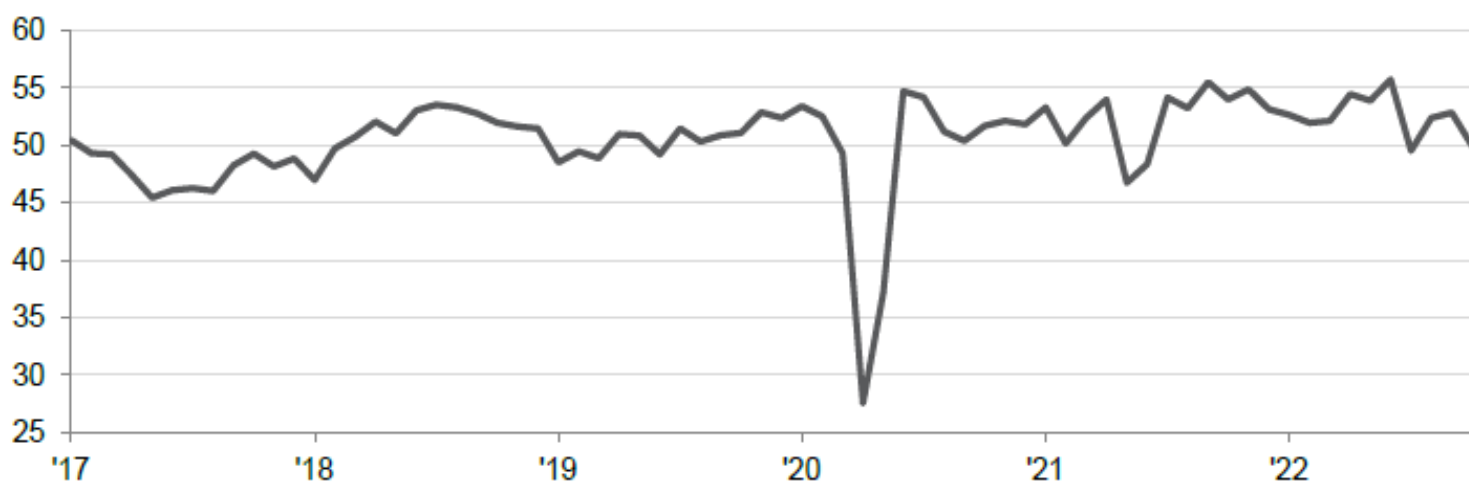
- La producción y las ventas cayeron por primera vez en tres meses
- Las empresas redujeron las compras de insumos y agotaron sus existencias
- Las tasas de inflación del costo de los insumos y los precios de la producción registraron mínimos en 19 meses

### PMI SECTOR DE LA MANUFACTURA DE COLOMBIA



#### PMI Sector de la manufactura

*c.v.e., >50 = mejora desde el mes anterior*



Para más información consulte en: <https://www.davivienda.com/wps/portal/estudios-economicos/estudios-economicos/coyuntura/davivienda-PMI/>

---

Contáctenos

[www.yanhaas.com](http://www.yanhaas.com)

☎ (1) 7432848 EXT 104

[sandra.triana@yanhaas.com](mailto:sandra.triana@yanhaas.com)

# YHPOLL N°210

NOVIEMBRE 2022

