



# SHOPPER KEY ACCOUNTS

ESTUDIO DEL COMPRADOR

ANÁLISIS DEL CIRCUITO DE COMPRA DEL SHOPPER

COLOMBIA 2016



[www.ilacad.com](http://www.ilacad.com) - [info@ilacad.com](mailto:info@ilacad.com)

ILACAD World Retail

## Comprender a tu Shopper en 3 Módulos



### Shopper Cross Canal

Una lectura sintética de las actitudes y del comportamiento del Shopper entre los canales y formatos que visita para la realización de sus compras domésticas



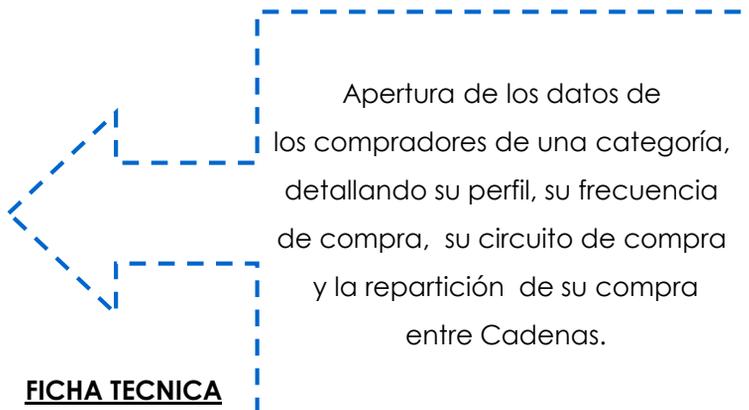
### Módulo Key Accounts

El comparativo y la síntesis del Shopper de las principales cadenas que compiten en Colombia

### En Opción: **Módulo por Familia y Categoría\***:



\* Los módulos por categoría se comercializan únicamente en preventa para poder incluirse en el cuestionario



#### **FICHA TECNICA**

**Universo de análisis:** Responsable de las compras domésticas.

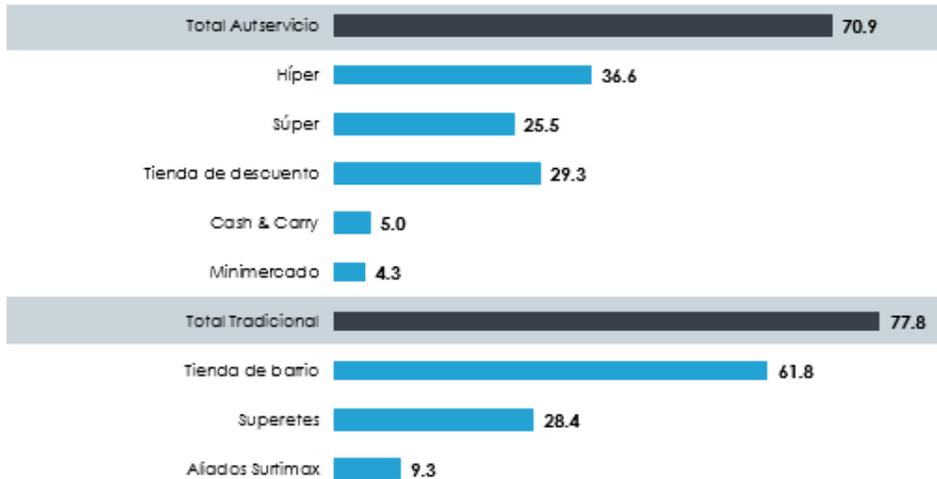
**Tipo de muestra:** Probabilística con repartición geográfica, ponderada por población y NSE.

**Tamaño de la muestra:** 1934 casos distribuidos por peso poblacional en las ciudades de Bogotá (558), Medellín (462), Cali (309), Barranquilla (306), Pereira (299).

**Instrumento:** Cuestionario aplicado vía telefónica a través del sistema CATI y presencial.

## Shopper Cross Canal

Una lectura sintética del comportamiento de compra del Shopper para la elaboración de la estrategia comercial por canal y formato.



### Los Drivers de la Compra:

- Principal Driver para elegir una tienda
- Las Razones de selección de tienda a total
- Los medios de comunicación usados para conocer promociones

### El Shopper por Canal y Formato:

- El Circuito de compra del Shopper por Canal y Formato
- Perfil de clientes de cada Formato.
- Frecuencia de visita, medio de transporte y tiempo de llegada al Formato.
- Medios de pago y monto de la última compra en cada formato.
- Razones de visita a cada formato.
- Nutrición de las diferentes familias de productos.

### Síntesis por Formato

Síntesis del Perfil, actitud y comportamiento de compra del Shopper en cada uno de los formatos contemplados.

### Canales y Formatos contemplados:

#### Canal Moderno:

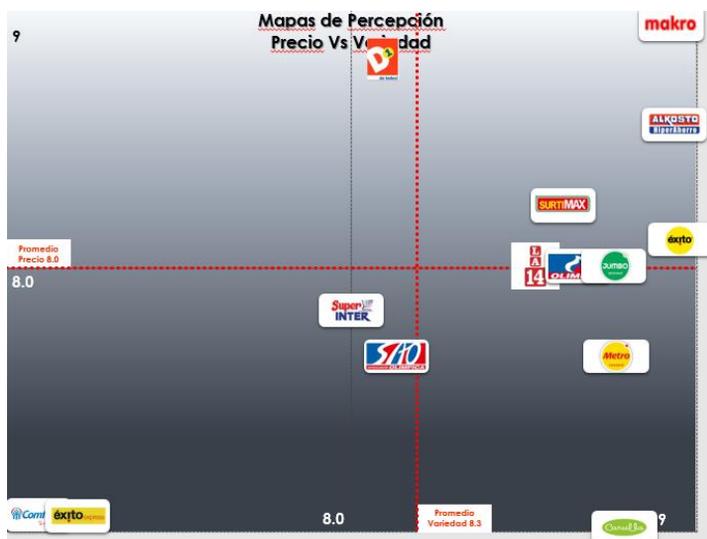
Hipermercados  
Supermercados  
Tiendas de Descuento  
Cash & Carry  
Tiendas de Proximidad

#### Canal Tradicional:

Tiendas de Barrios  
Superetes.

## Shopper Key Accounts

Una lectura detallada de las características del Shopper de las principales cadenas que compiten en el mercado



### .Penetración de cada Cadenas

- Penetración en hogares por Cadena y por Cuenta Clave
- Aperturas geográficas de las penetraciones por ciudad
- Cálculo del número de clientes promedio por PDV de cada cadena

### Perfil de clientes

- Sexo del Shopper de cada cadena
- Nivel socio económico por Cadena
- Constitución familiar
- Tipo de vivienda, posesiones
- Nivel de estudios)

### Perfil de la visita

- Razones de visita, modo de desplazamiento
- Frecuencia de visita por Cadena.
- Misión de compra por Cadena
- Tiendas de la competencia visitadas

### Perfil de la Compra

- Monto del gasto de la última visita
- Medio de pago
- Nutrición por Familia de producto

### Comunicación y percepción de las Cadenas

- Penetración en hogares de folletos por Cadena
- La calificación Precio, Calidad, Promoción y Surtido de cada cadena

### Cadenas Contempladas:

- Grupo Éxito (Éxito, Carulla, Bodega Surtimax, Éxito Epress, Aliados Surtimax, Superinter)
- Cencosud (Jumbo, Metro)
- Olímpica (STO, SAO)
- D1
- Almacenes La 14
- Alkosto
- Makro
- Comfandi

## Módulo por Familia

El Módulo por Familia se basa en un cruce entre los Shopper que visitan cada Cadena, y los Shopper que compran la Familia considerada.



Presentado bajo la forma de un módulo independiente, proporciona:

- La **Incidencia** de compra de la Familia
- El Perfil de los **Shopper** de la Familia
- El **Circuito de Compra** de la Familia a cada formato
- La **Frecuencia** de Compra
- La **Nutrición** de la Familia por Cadena
- La **Tienda Alternativa** de compra

### Familias contempladas:

Productos de almacén / Abarrotes  
 Bebidas No Alcohólicas  
 Bebidas Alcohólicas  
 Productos Congelados  
 Productos Frescos (carne, frutas, pan y verduras)  
 Productos Lácteos (leche, crema, queso)  
 Productos de Limpieza para el Hogar  
 Productos de Limpieza para la Ropa  
 Higiene Personal (champú, productos de tocador)  
 Maquillaje y Cosméticos  
 Cuidado del Bebé (alimentos, pañales, higiene)  
 Medicamentos Sin Receta

## Módulo por Categoría

El Módulo por Categoría se basa en un cruce entre los Shopper que visitan cada Cadena, y los Shopper que compran la Categoría considerada



Presentado bajo la forma de un módulo independiente, proporciona:

- La **Incidencia** de compra de la categoría
- El Perfil de los **Shopper** de la Categoría
- El **Perfil de Consumo** del hogar (**Heavy, Mid, Low Users**)
- El **Circuito de Compra** de la Categoría a cada formato
- La **Frecuencia** de Compra
- La **Nutrición** de la Categoría por Cadena



El Shopper  
de la Categoría



El Shopper  
de la Categoría  
por Formato



El Shopper  
de la Categoría  
por Cadena\*

\* Nivel de apertura por Cadena a definir de acuerdo a la penetración de cada categoría en la población total