El Sur

Fecha: 17/07/2025 Audiencia: 30.000 Sección: tendencias
Vpe: $832.337 Tirada: 10.000 Frecuencia: 0
Vpe pág: $3.766.230 Difusión: 10.000
Vpe portada: $3.766.230 Ocupación: 22,1%

Y van más al supermercado

Chilenos bajaron compras online: estudio revela el comportamiento de los consumidores

A pesar de la gran variedad que existe hoy en internet, la sexta edición del estudio "Observatorio Shopper Experiences" de in-Store Media e Ipsos reveló que ha disminuido el porcentaje de chilenos que compran exclusivamente a online, volviendo a la presencialidad con especial énfasis en los supermercados.

Según el informe, la proporción de personas que solo utilizan medios digitales para compras bajó del 10% en 2024 a 7% en 2025.

De todas formas, quienes optan por consumir en internet siguen siendo los más jóvenes, ya que el 11% de ellos corresponde al grupo de entre 25 y 34 años.

Por su parte, los mayores de 65 años representan apenas un 3% del total, cifra que demuestra que todavía este formato no ha penetrado en este segmento.

En la otra vereda, más del 90% afirmó que realiza compras en tiendas físicas, mientras que un 46% lo hace exclusivamente de esta forma, reflejando un aumento de cuatro puntos respecto del 2024. Un 47% combina la presencialidad con el formato online.

Quienes optan por consumir en internet siguen siendo los más jóvenes, ya que el 11% de ellos corresponde al grupo de entre 25 y 34 años.

IR AL SUPERMERCADO

Ir a comprar todas las semanas se está consolidando como un hábito entre los chilenos, quienes suelen asistir con listado claro y definido de qué necesitan, aunque dejando espacio para "vitrinear" y llevar otros productos.

Tres de cada cuatro compradores dicen pasar más de 30 minutos en estas tiendas cada vez que asisten, mientras que el 74% sabe lo que están buscando.

De todas formas, un 86% está abierto a agregar nuevas cosas que no tenían previstas.

Además, el 88% se declara disponible para probar productos nuevos si cuentan con innovaciones llamativas.

En definitiva, los compradores están visitado, en promedio, 6,3 veces al mes los supermercados.

"La tienda física no es solo un punto de venta, sino un entorno de experiencia, descubrimiento y construcción de marca, que permite a los compradores interactuar con lanzamientos, novedades y promociones de una manera inigualable", aseguró Sebastián Oviedo, gerente general de in-Store Media.

En cuanto a las marcas propias de estas tiendas, un 15% aseguró que siempre las compra, mientras que un 35% lo hace seguido. Un 41% combina entre estas marcas y las tradicionales.

Las compras por medios digitales disminuyeron en el último año.