

Vuelta a Clases Chile

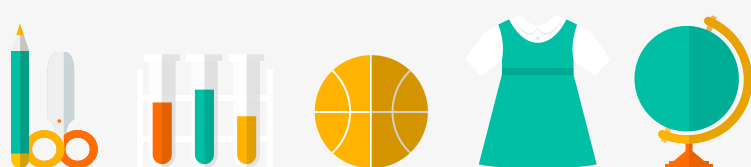
El camino del consumidor está fragmentado en miles de micro-momentos en los que las personas recurren a sus smartphones para responder a una necesidad de hacer algo, encontrar información, entretenerse o realizar una compra.

Cada uno es una oportunidad única para las marcas de influenciar las decisiones y preferencias del consumidor.



\$140,000

gastan los chilenos en promedio en artículos escolares y vestuario en marzo por cada hijo que va al colegio.



Se estima que

+4.8MM

de estudiantes volverán a clases en marzo de este año en Chile.

+70%

de los consumidores chilenos hace primero una investigación online para luego hacer la compra del producto seleccionado en la tienda física del proveedor elegido.



31%

aumentaron las búsquedas relacionadas con la Vuelta a Clases en Chile en el primer trimestre de 2016 vs 2015.



41%

de las búsquedas de Vuelta a Clases en Chile fueron hechas desde un Smartphone en el primer trimestre de 2016, vs 30% en 2015.



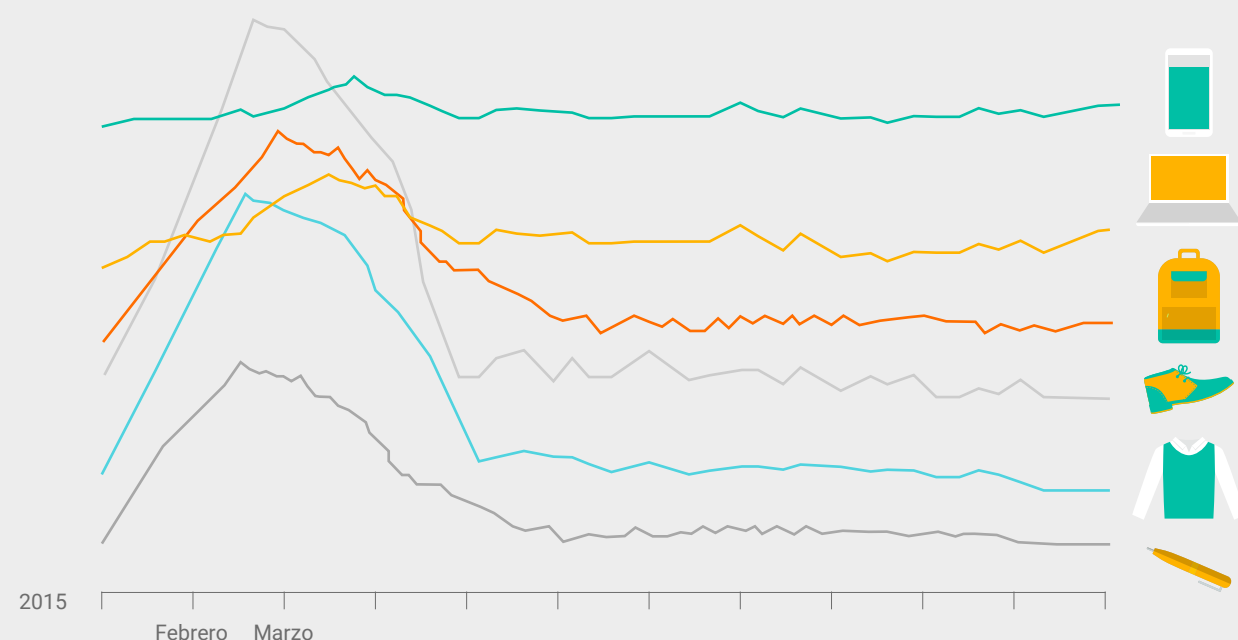
55%

de las búsquedas totales relacionadas con Vuelta a Clases en Chile fueron sobre mochilas, útiles escolares y cuadernos.

Las categorías de mayor crecimiento

Calzados escolares, útiles escolares y notebooks son algunos de los productos que más ven aumentado el interés de parte de los usuarios chilenos durante el primer trimestre del año, mostrando un gran crecimiento de búsquedas versus el resto del año:

+144%	+21%	+7%	+79%	+70%	+115%
Calzados escolares	Notebooks	Teléfonos celulares	Mochilas	Útiles escolares	Uniformes escolares



FUENTES:

Google. Estimaciones de 24 hs. para Back to School, 2016.

Ine. Estimaciones basadas en datos históricos del "Compendio Estadístico", 2015.

Google. Datos internos, Chile, primer cuatrimestre 2015 - primer cuatrimestre 2016.

Google. Datos internos, Chile, 2015.