

# 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, entretenerte o realizar una compra.

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



+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.



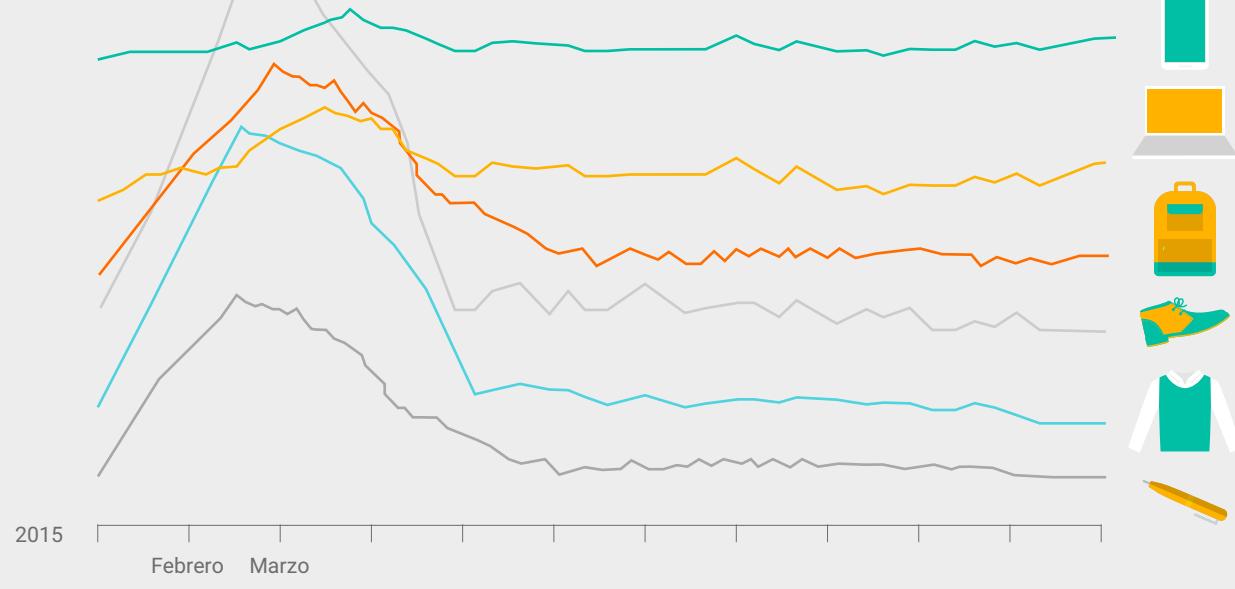
55%

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:

Estimaciones de Google basadas en estimaciones de 24Horas para Back to School 2016  
Estimaciones basadas en datos históricos de "Compendio Estadístico" del Ine (2015)

"Tendencias del Retail en Chile - 2016", CCS

Datos internos de Google, Q1'2015-Q1'2016, Chile

Datos internos de Google, 2015, Chile

