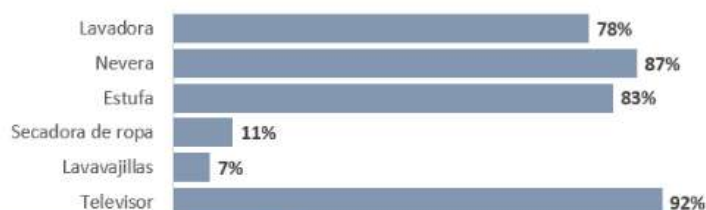
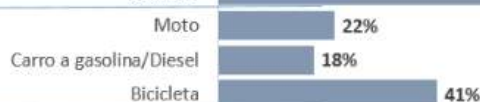


Presencia de productos/servicios en los hogares del consumidor colombiano en la nueva normalidad.

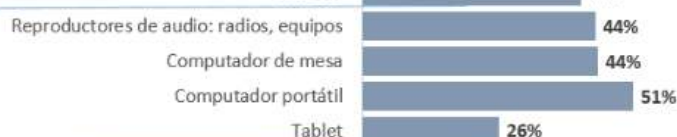
Electrodomésticos para el hogar



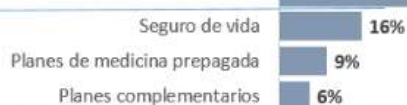
Medios de transporte



Dispositivos electrónicos



Seguros/Salud y Vida



Productos/Servicios de entretenimiento



Septiembre 2020 (B:993)



78%

Cuentan con lavadora.



41%

Cuentan con una bicicleta.



67%

De los estratos 4,5 y 6 cuentan con plataformas de streaming.

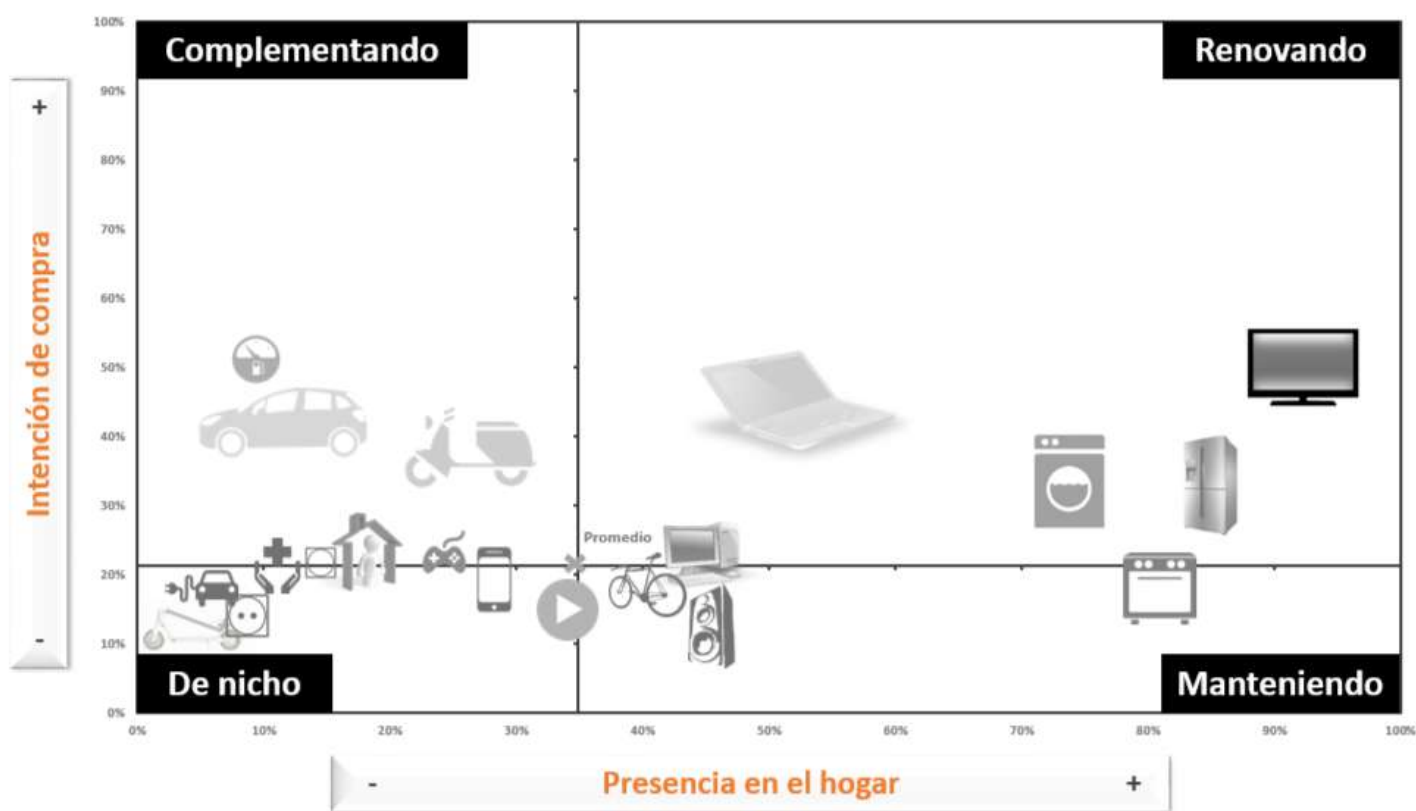


21%

De los estratos 1 cuentan con computador portátil.

Ficha técnica: Investigación cuantitativa realizada por brandstrat para conocer al shopper colombiano en la nueva normalidad a través de encuestas auto aplicadas por paneles online en **el mes de septiembre** a hombres y mujeres entre 18 a 70 años en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Cali, Pereira, Manizales y Cartagena correspondientes a los estratos de 1 al 6.

Dinamica de compra futura productos y servicios del consumidor colombiano en la nueva normalidad.

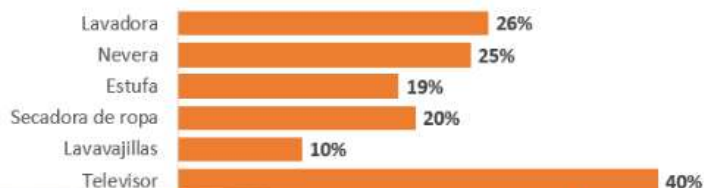


La mayoría de productos se encuentran percibidos con características especiales para su compra, por lo cual se consideran a un punto irrelevantes para tiempos de pandemia. Por otro lado, el producto con mayor interés a renovar es el televisor probablemente para disfrutar nuevos servicios de interés como las plataformas de streaming.

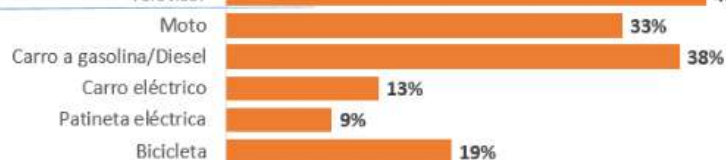
Ficha técnica: Investigación cuantitativa realizada por brandstrat para conocer al shopper colombiano en la nueva normalidad a través de encuestas auto aplicadas por paneles online en **el mes de septiembre** a hombres y mujeres entre 18 a 70 años en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Cali, Pereira, Manizales y Cartagena correspondientes a los estratos de 1 al 6.

Intención de compra futura del consumidor colombiano en la nueva normalidad.

Electrodomésticos para el hogar



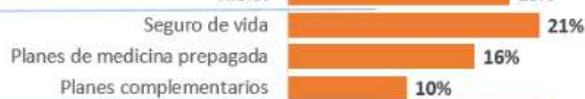
Medios de transporte



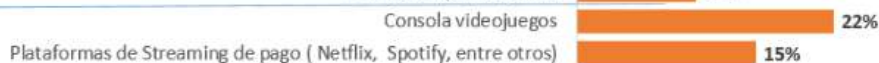
Dispositivos electrónicos



Seguros/Salud y Vida



Productos/Servicios de entretenimiento



Septiembre 2020 (B:993)



38%

Manifiestan intención de compra para carro a gasolina/diesel.



40%

Manifiestan intención de compra por un televisor.



45%

De los estratos 1 manifiestan intención de compra por lavadoras y motos.

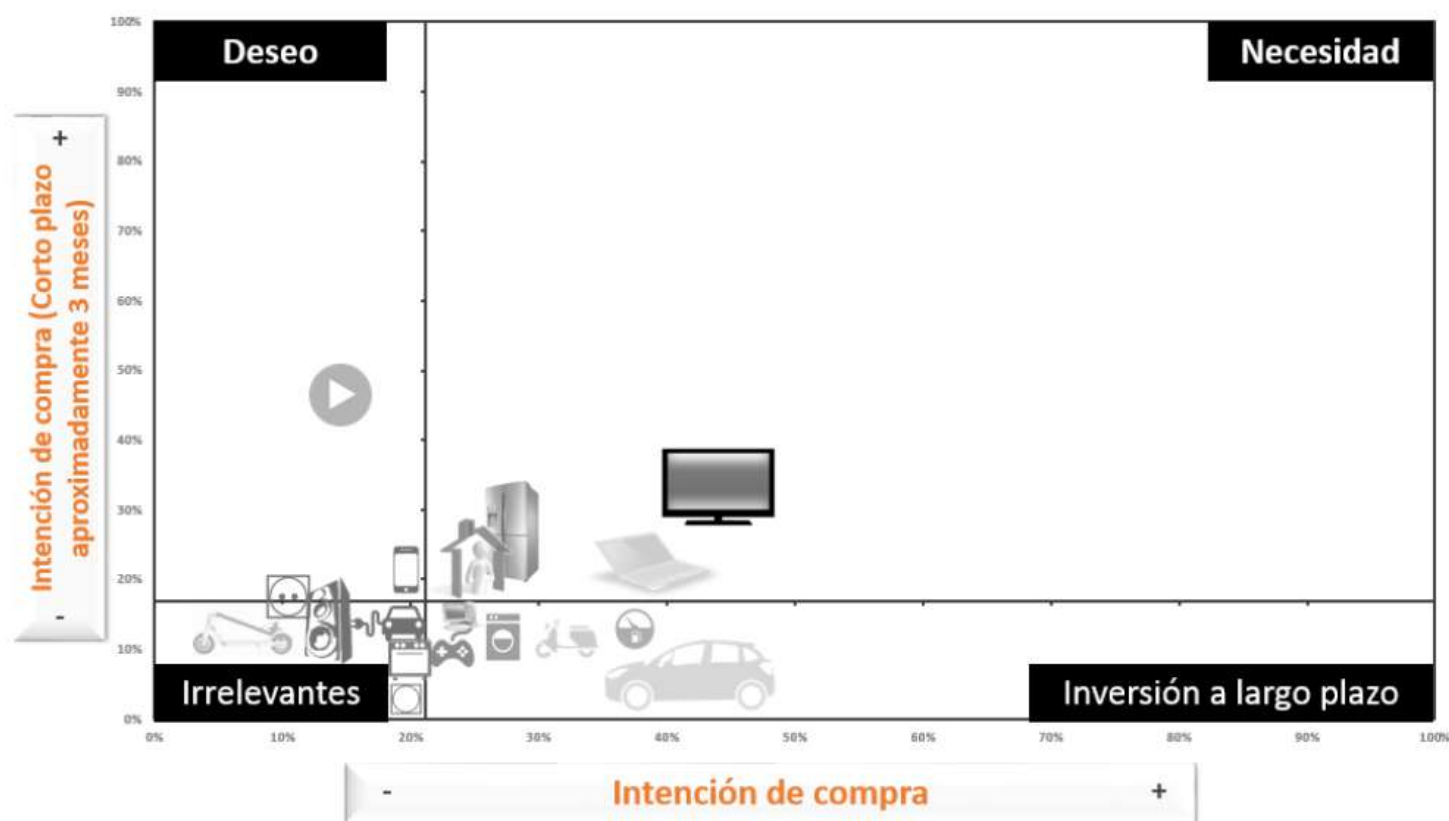


53%

De los estratos 4,5 y6 manifiestan intención de compra por computador portátil.

Ficha técnica: Investigación cuantitativa realizada por brandstrat para conocer al shopper colombiano en la nueva normalidad a través de encuestas auto aplicadas por paneles online en **el mes de septiembre** a hombres y mujeres entre 18 a 70 años en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Cali, Pereira, Manizales y Cartagena correspondientes a los estratos de 1 al 6.

Dinamica de compra a corto plazo (Aproximadamente tres meses) productos y servicios del consumidor colombiano en la nueva normalidad.



Los productos reconocidos como una necesidad son principalmente el televisor, computador portátil y la nevera siendo productos de larga vida para la cotidianidad dentro del hogar. Sin embargo, las plataformas de streaming son el productos mayor intencionado para su compra a corto plazo implicando un deseo por cumplir para intensificar la experiencia en casa.

Ficha técnica: Investigación cuantitativa realizada por brandstrat para conocer al shopper colombiano en la nueva normalidad a través de encuestas auto aplicadas por paneles online en **el mes de septiembre** a hombres y mujeres entre 18 a 70 años en las ciudades de Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Cali, Pereira, Manizales y Cartagena correspondientes a los estratos de 1 al 6.