

Millennial Joven

Lucía, 25 años.

MEDIOS



Más dispuesto a recibir publicidad:
Dentro del supermercado



Más influyente en decisión de compra:
Dentro del supermercado

SHOPPER FÍSICO



Shopper mixto
21%



El 60% realiza una compra grande cada 15 días



Gasto promedio al mes
\$128.777 pesos



5,2 visitas en promedio al mes. Dedic **2,1 horas promedio semanales**



Compra **2,5 veces** al mes en promedio en supermercado online y dedica **39 min** en promedio a realizar la compra

SHOPPER ONLINE

VIDA SALUDABLE



GENERACIÓN MÁS "SALUDABLE"

El 32% realiza **actividad física** de manera cotidiana y el 40% consume alimentos con ingredientes **saludables**



GENERACIÓN PREOCUPADA Y RESPONSABLE CON EL AMBIENTE

El 65% prefiere usar bolsas **recicladas** que de plástico y el 38% usó productos de higiene personal **respetuosos con el ambiente**

Millennial adulto

Sofía, 35 años.

MEDIOS



Más dispuesto a recibir publicidad:
Prensa en papel y Dentro del supermercado



Más influyente en decisión de compra:
Prensa / TV abierta y Dentro del Supermercado

SHOPPER FÍSICO



Shopper mixto
19%



El 64% realiza una compra grande cada 15 días



Gasto promedio al mes
\$147.628 pesos



4,6 visitas en promedio al mes. Dedic **2,1 horas promedio semanales**



Compra **2,7 veces** al mes en promedio en supermercado online y dedica **35 min** en promedio a realizar la compra

SHOPPER ONLINE

VIDA SALUDABLE



Preocupados por una dieta saludable, el 50% consume **alimentos light o sin azúcar** y el 20% consume **alimentos sin gluten**



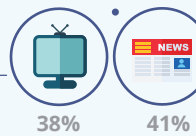
MEDIANAMENTE INTERESADO EN EL MEDIO AMBIENTE:

El 49% prefiere usar bolsas **reciclables** y el 33% usó productos de higiene personal **respetuosos con el ambiente**

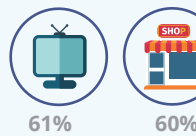
Xennial

Matías, 42 años.

MEDIOS



Más relevantes



Más dispuesto a recibir publicidad:
Tv abierta y Dentro del supermercado



Más influyente en decisión de compra:
Dentro del supermercado y Prensa / Radio

SHOPPER FÍSICO



El **51%** cree que la **obesidad** es uno de los problemas del país y el **39%** busca activamente los **productos más saludables** para la familia

VIDA SALUDABLE



MEDIANAMENTE INTERESADO EN EL MEDIO AMBIENTE:

el **49%** prefiere usar bolsas **reciclables** y el **27%** se informa constantemente del **calentamiento global** y **contaminación ambiental**

HÁBITOS DE COMPRA



Shopper mixto
20%



El **56%** realiza una compra grande cada 15 días



Gasto promedio al mes
\$162.076 pesos



5,1 visitas en promedio al mes. Dedicar **2,3 horas promedio semanales**



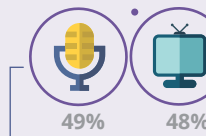
Compra **3,4 veces** al mes en promedio en supermercado online y dedica **36 min** en promedio a realizar la compra

SHOPPER ONLINE

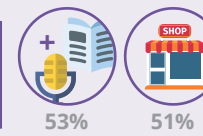
Baby Boomer

Mario, 53 años.

MEDIOS



Más relevantes



Más dispuesto a recibir publicidad:
Radio/prensa en papel y Dentro del supermercado



Más influyente en decisión de compra:
Radio y Dentro del supermercado

SHOPPER FÍSICO



CUIDAN SU ALIMENTACIÓN EN GENERAL:

El **52%** compra producto sin **azúcar o de dieta** y el **45%** consume productos con **ingredientes saludables**

VIDA SALUDABLE



JUNTO CON LOS MÁS JÓVENES, ES LA GENERACIÓN MÁS PREOCUPADA POR EL AMBIENTE:

El **58%** prefiere productos que **no generan tanta basura** y el **46%** prefiere productos de limpieza con **bajos niveles de contaminantes**

HÁBITOS DE COMPRA



Shopper mixto
15%



El **55%** realiza una compra grande cada 15 días



Gasto promedio al mes
\$157.657 pesos



7,4 visitas en promedio al mes. Dedicar **2,5 horas promedio semanales**



Compra **1,3 veces** al mes en promedio en supermercado online y dedica **37 min** en promedio a realizar la compra

SHOPPER ONLINE