

Deloitte.



Compras de Navidad 2020. Una costumbre que resiste la pandemia

Diciembre 2020



CREANDO UN
IMPACTO
SIGNIFICATIVO
Desde 1845

Contenido

Introducción

Las compras navideñas

¿Langüidece o prevalece la intención como resultado de la contingencia?

Gastar menos, decisión generalizada

Navidad, los regalos y la cena

Comprar regalos desbanca a la cena de navidad

Cuándo, cuántos, cuánto

Tomando decisiones. ¿Por dónde empezar?

Elección razonada

Inquietudes respecto a comprar en línea

Respuestas rápidas

La opinión de nuestros encuestados respecto a comprar en línea y temas asociados

Consideraciones finales

Comportamiento de compras

Ansiedad derivada de la contingencia

Metodología





Introducción

La pandemia ha cambiado muchas cosas, ha desatado una sensibilidad especial ante las situaciones adversas y nos ha centrado en lo que verdaderamente importa.

Asimismo, ha trastocado, de diferentes maneras, mucho de aquello que dábamos por sentado. Diversas actividades han dado un giro radical, otras se han transformado, algunas están suspendidas, y otras más, vislumbran su recomposición hacia un futuro mejor.

Industrias y actividades económicas varias se han visto severamente afectadas, provocando en algunas de ellas, si no su desaparición, una atrofiante parálisis que pide desesperadamente su reactivación.

Sin embargo, ciertas costumbres o, en su caso, tradiciones, han demostrado ser imbatibles a pesar de la contingencia y llegado cierto momento, imprimen vigor a su esencia y se muestran capaces no solo de no perder fuerza, sino de extender su energía en todo lugar.

Este es el caso que da título a nuestro reporte: Compras de Navidad 2020. Una costumbre que resiste la pandemia.

Confiamos en que resulte de su interés

Atentamente,

Erick Calvillo

Socio Líder de la Industria de Consumo

Deloitte Spanish Latin America



Las compras navideñas

¿Languidece o prevalece la intención como resultado de la contingencia?

Las respuestas del grupo mayoritario de participantes confirman que, a pesar de la pandemia y sus efectos en la economía, la costumbre de regalar e intercambiar obsequios con motivo de la navidad prevalece. De ahí que 65% de los encuestados refirió que sí realizaría o había realizado ya sus compras navideñas.

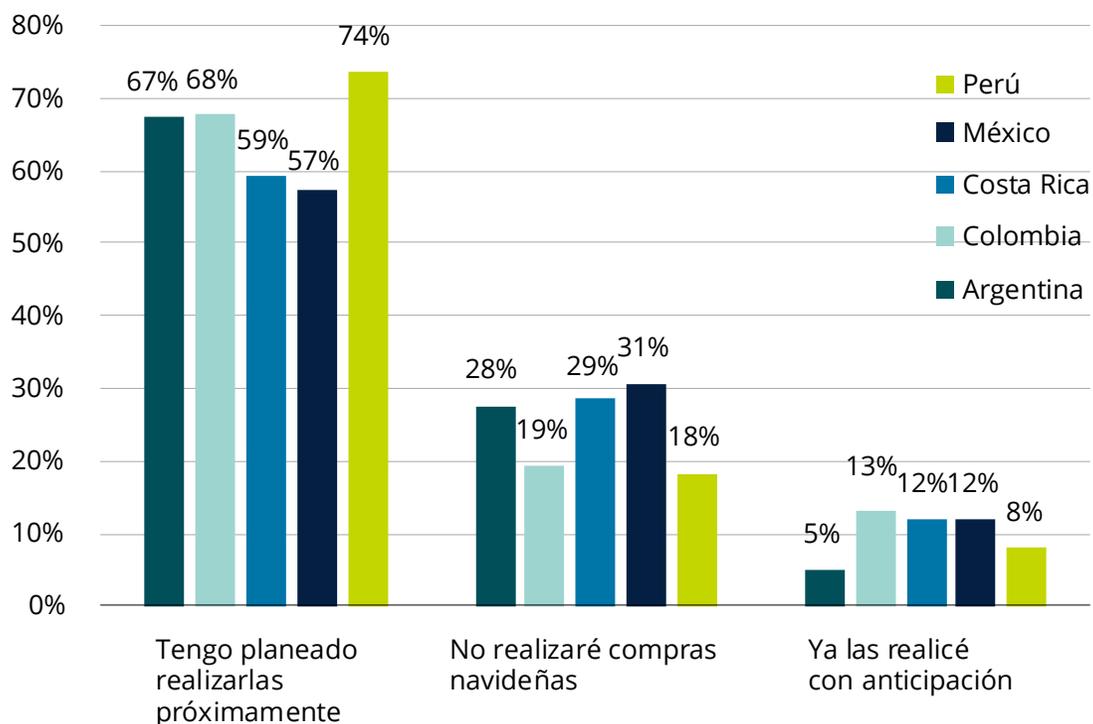
Sin embargo, 2.5 de cada 10 entrevistados respondieron abiertamente que no realizarían compras durante esta temporada, mayormente por no contar con los recursos económicos para ello o por estar desempleados.





¿Tiene planeado realizar compras en esta temporada navideña o ya las realizó con anticipación?

Respuestas por país %



Latinoamérica

Promedio de respuestas de los cinco países



65%

Tengo planeado realizarlas próximamente



25%

No realizaré compras navideñas



10%

Ya las realicé con anticipación

Compras de Navidad 2020. Una costumbre que resiste la pandemia

Gastar menos, decisión generalizada

Pese a haber confirmado su intención de comprar regalos en esta temporada, la incertidumbre y la precaución se hicieron presentes en las respuestas de 53% de los encuestados del grupo de países, que asegura que gastará menos que el año anterior.

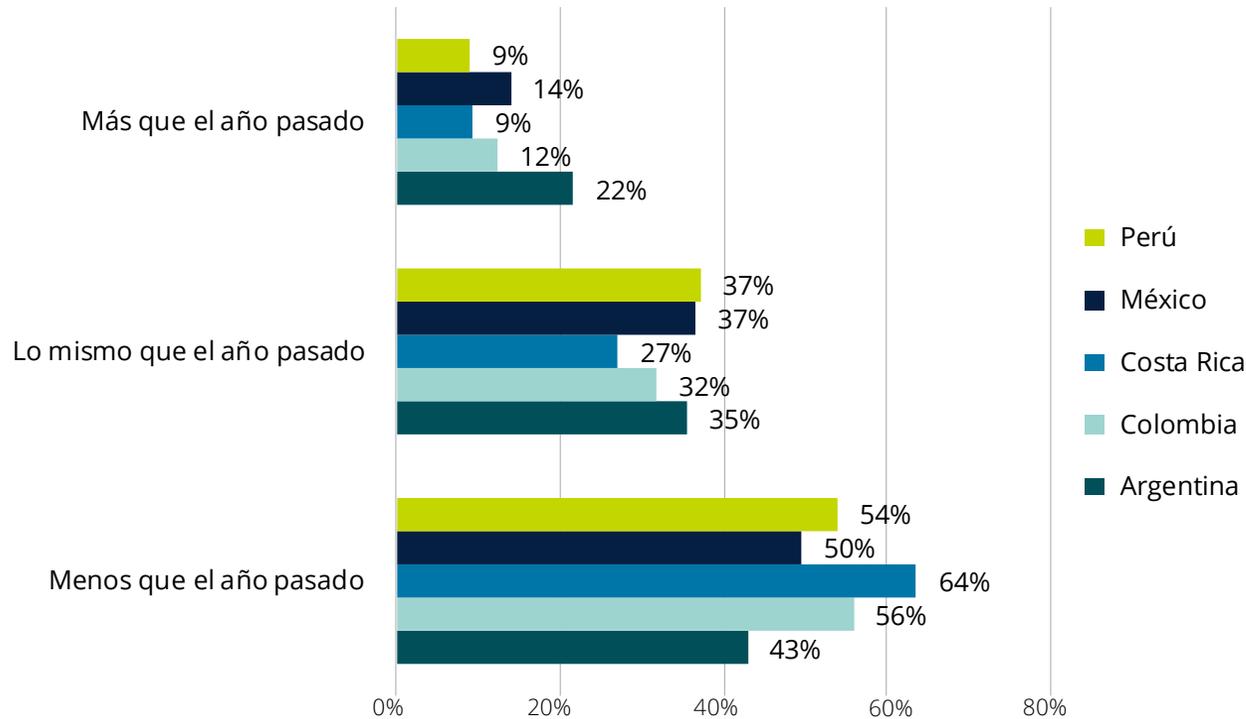
Entre ellos destaca, particularmente, Costa Rica, con una proporción mayor de participantes (64%) decididos a gastar menos que 12 meses antes. En 2019, también 53% de los encuestados del grupo de países respondió de esta manera.





¿Cuánto gastó o piensa gastar en sus compras navideñas?

Respuestas por país %



Latinoamérica

Promedio de respuestas de los cinco países



Compras de Navidad 2020. Una costumbre que resiste la pandemia

Navidad, los regalos y la cena

Comprar regalos desbanca a la cena de navidad

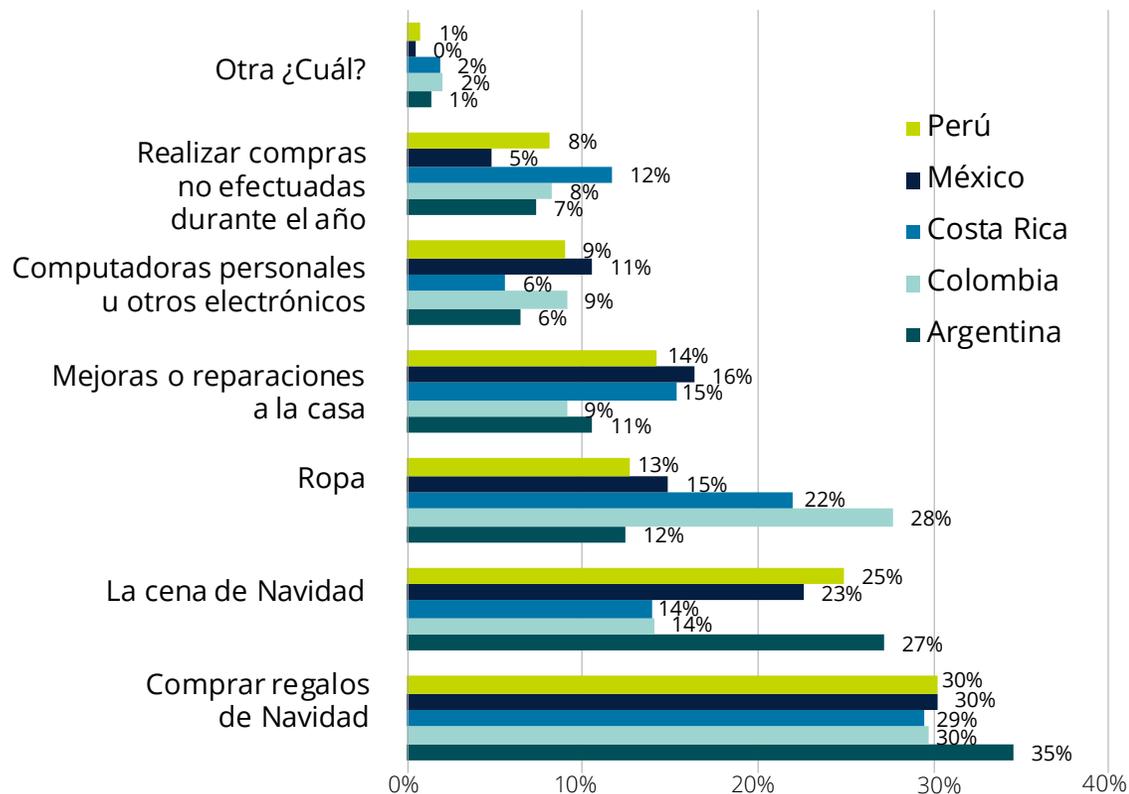
La cena de navidad, intrínsecamente vinculada con la familia en el hogar, había sido, hasta hace un año, la opción favorita del 30% de los entrevistados al responder la encuesta. Sin embargo, en la edición 2020 los papeles se invierten y la compra de regalos se encumbra como la prioridad número uno entre los participantes de Argentina, Colombia, Costa Rica, México y Perú, dejando a la ropa en un lejano tercer lugar.





¿Cuál es o fue la prioridad para realizar sus compras navideñas en 2020?

Respuestas por país %



Latinoamérica

Promedio de respuestas de los cinco países

31%
Comprar regalos de Navidad



21%
La cena de Navidad



18%
Ropa



13%
Mejoras o reparaciones a la casa



8%
Computadoras personales u otros electrónicos



8%
Realizar compras no efectuadas durante el año



1%
Otra ¿Cuál?



Compras de Navidad 2020. Una costumbre que resiste la pandemia

Cuándo, cuántos, cuánto

La primera y segunda semana de diciembre, entre 1 y 5 regalos y por un monto de entre 15 y 30 dólares, son las respuestas que ofrecen los participantes respecto al periodo en el que realizarían las compras navideñas, el número de regalos que darían y el monto destinado para ello, condiciones, por cierto, muy similares a las de 2019.



Tomando decisiones. ¿Por dónde empezar?

A pesar de las limitantes en el aforo permitido en las tiendas físicas derivado de la contingencia, un número significativo continúa optando por ellas. Sin embargo, sus expectativas ahora son más amplias, pues incluye aspectos de seguridad.

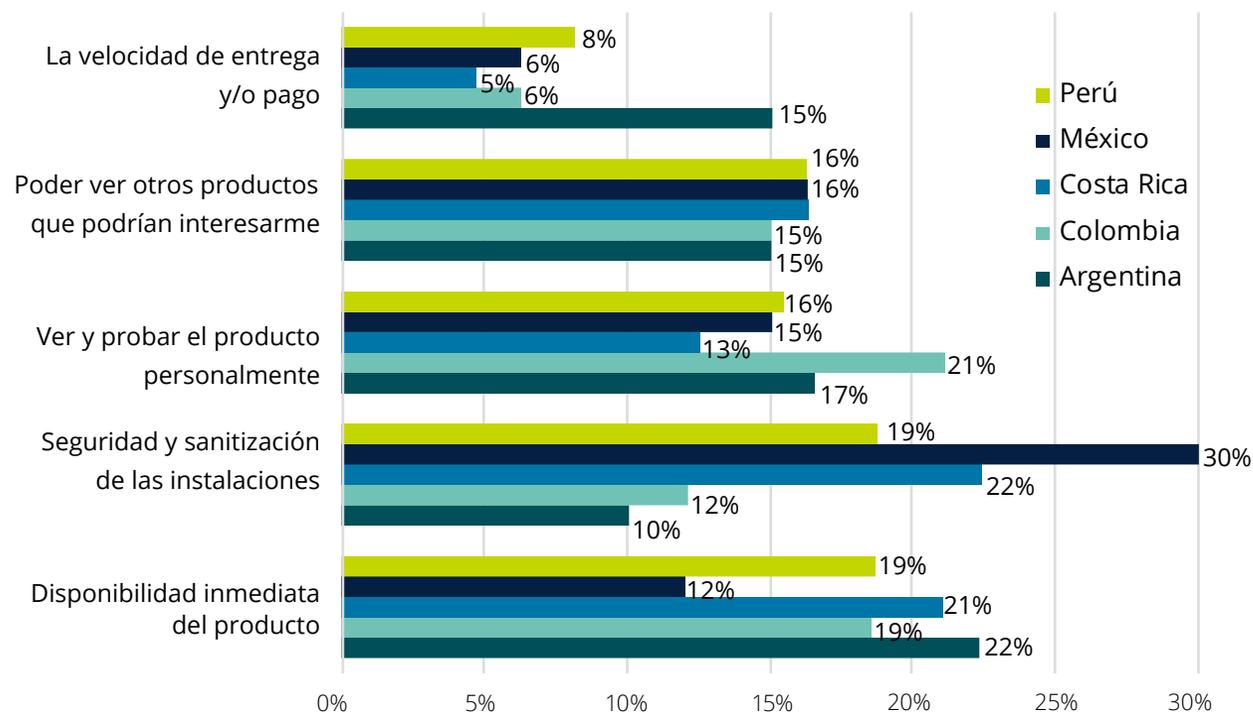
Nuestros participantes destacan, en primer lugar, la disponibilidad inmediata del producto, aunque seguido casi en igualdad de relevancia, por la seguridad y desinfección de las instalaciones y en tercer sitio, algo más distante, ver y probar el producto personalmente.





Cuando visita una tienda, actualmente, ¿Qué espera principalmente de ella?

Respuestas por país %



Latinoamérica

Promedio de respuestas de los cinco países

- 19%** Disponibilidad inmediata del producto
- 18%** Seguridad y sanitización de las instalaciones
- 16%** Ver y probar el producto personalmente
- 15%** Poder ver otros productos que podrían interesarme
- 8%** La velocidad de entrega y/o pago
- 8%** Ayuda/ asistencia durante la compra
- 8%** Mejor visibilidad de los productos
- 5%** Rápida respuesta a mis dudas
- 3%** Facilidad de entrega



Elección razonada

Elegir la mejor opción para comprar, no es tarea fácil. Por ello resulta tan importante saber que **93% de los encuestados**, confirmaron haber investigado o que investigarán en internet antes de realizar sus compras, y la relevancia de conocer los diferentes análisis a los que se someten los consumidores para acertar en sus decisiones, como se muestra a continuación.

La revisión cuidadosa, la reflexión, la comparación y la investigación, entre otros, son componentes fundamentales de las respuestas de nuestros encuestados, todos ellos enfocados en el ejercicio confortable y adecuado de comprar, especialmente en la temporada navideña y en condiciones complejas resultantes de la contingencia.

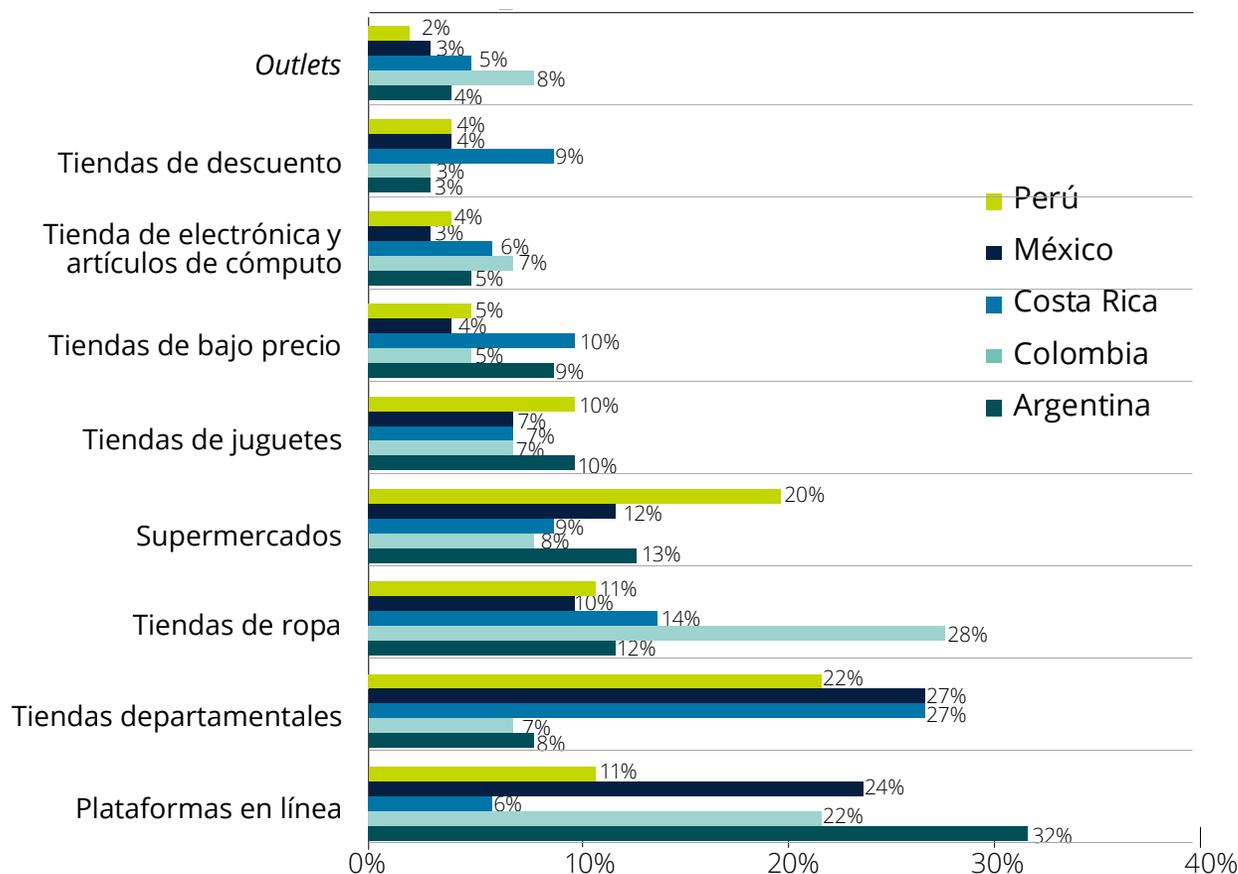
En adición a la respuesta muy similar de casi una quinta parte de los encuestados que señalan su preferencia por las plataformas en línea (19%) y otro tanto opina igual sobre las tiendas departamentales (18%), más de 10 opciones conforman el catálogo de respuestas en este sentido.





¿En qué tipo de tienda, ya sea en línea o física, realizó o es más probable que realice la mayoría de sus compras navideñas?

Respuestas por país %



Latinoamérica

Promedio de respuestas de los cinco países

Plataformas en línea	19%
Tiendas departamentales	18%
Tiendas de ropa	15%
Supermercados	13%
Tiendas de juguetes	8%
Tiendas de bajo precio	7%
Tienda de electrónica y artículos de cómputo	5%
Tiendas de descuento	5%
Outlets	5%
Tiendas de artículos de casa	4%
Tiendas de ropa deportiva	2%
Tiendas de joyas	1%
Tiendas de muebles	0%

Compras de Navidad 2020. Una costumbre que resiste la pandemia

Inquietudes respecto a comprar en línea

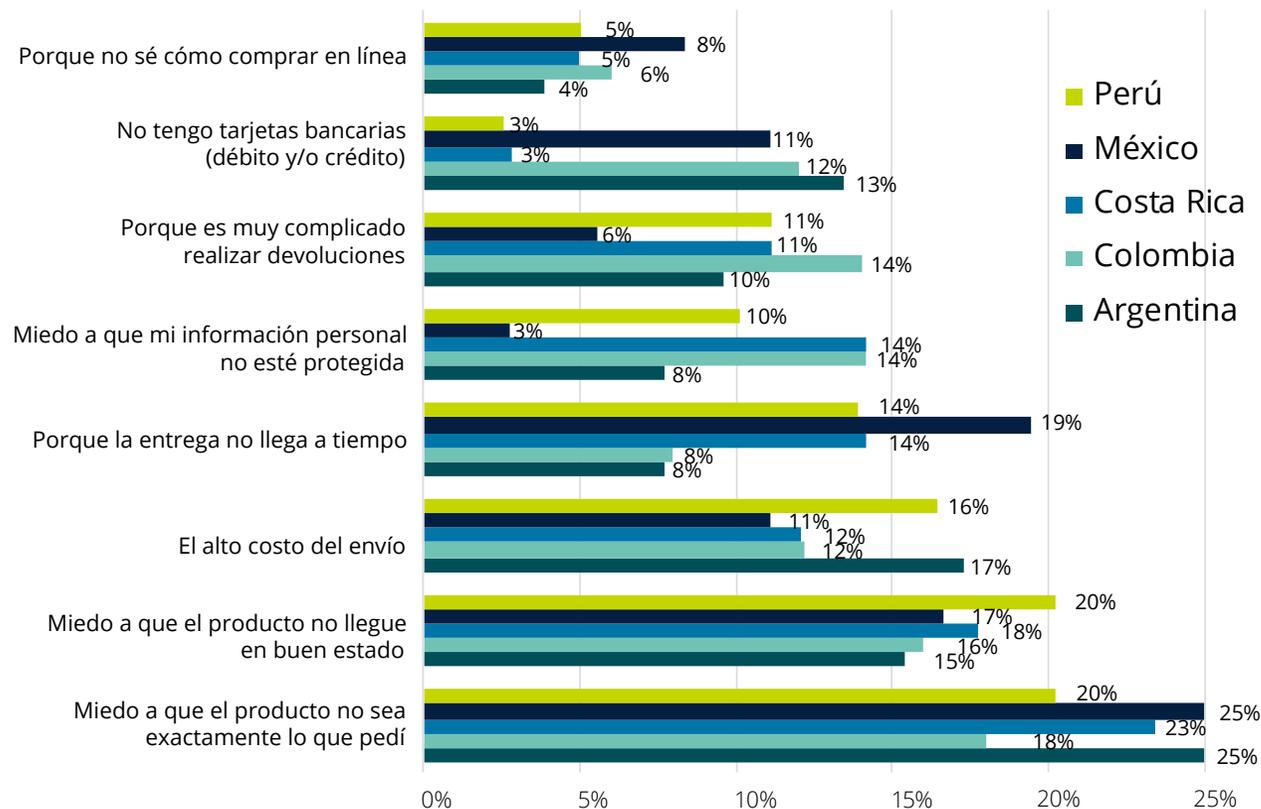
Prevalece de manera generalizada, aunque cada vez en menor grado, cierta desconfianza respecto a las compras en línea, siendo los principales argumentos para ello el temor de que el producto que les envíen no sea el solicitado (22%) y que dicho producto no llegue en buen estado (18%)





¿Por qué razones no compró o comprará en línea?

Respuestas por país %



Latinoamérica

Promedio de respuestas de los cinco países

22% Miedo a que el producto no sea exactamente lo que pedí

18% Miedo a que el producto no llegue en buen estado

14% El alto costo del envío

13% Porque la entrega no llega a tiempo

11% Miedo a que mi información personal no esté protegida

11% Porque es muy complicado realizar devoluciones

6% No tengo tarjetas bancarias (débito y/o crédito)

5% Porque no sé cómo comprar en línea





Respuestas rápidas

La opinión de nuestros encuestados respecto a comprar en línea y temas asociados

¿Cuáles de los siguientes atributos son los cinco más importantes al momento de elegir una tienda, ya sea física o en línea, durante las compras navideñas?



14%

Variedad disponible de productos y/o estilos



14%

Precauciones de seguridad y sanitización por el COVID-19



14%

Productos y marcas de gran calidad y de confianza



13%

Ofrece grandes descuentos

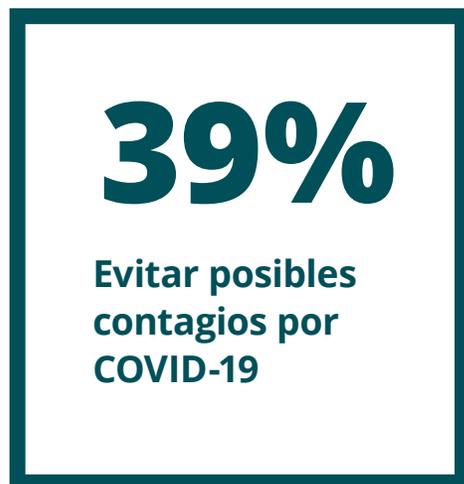


11%

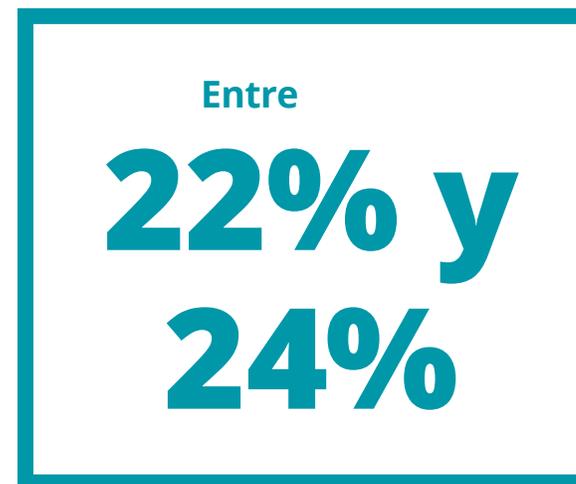
Bien organizado y fácil navegación en sus plataformas digitales



En estos momentos, ¿cuál es el motivo más importante para comprar en línea en lugar de ir a una tienda física?



¿Qué porcentaje de sus compras navideñas realizó o realizará a través de tiendas en línea?





¿La pandemia ha influido en sus hábitos de compra en línea?

35%

No, compro indistintamente en tiendas físicas y tiendas en línea



¿En comparación con el año anterior aumentaron sus compras en línea?

46% Sí





¿Qué porcentaje de sus compras navideñas realizó o realizará en las mismas tiendas del año pasado, comparado con probar tiendas nuevas?



¿Qué le motivaría a probar una nueva tienda física o tienda en línea?





Cuando investiga sobre algún producto en tiendas en línea, ¿En qué tipo de páginas o plataformas lo hace regularmente?



¿Qué tanto influyen las redes sociales en sus decisiones de compra?





¿Para qué usar las redes sociales?



¿Sobre qué investigó o investigará en internet?

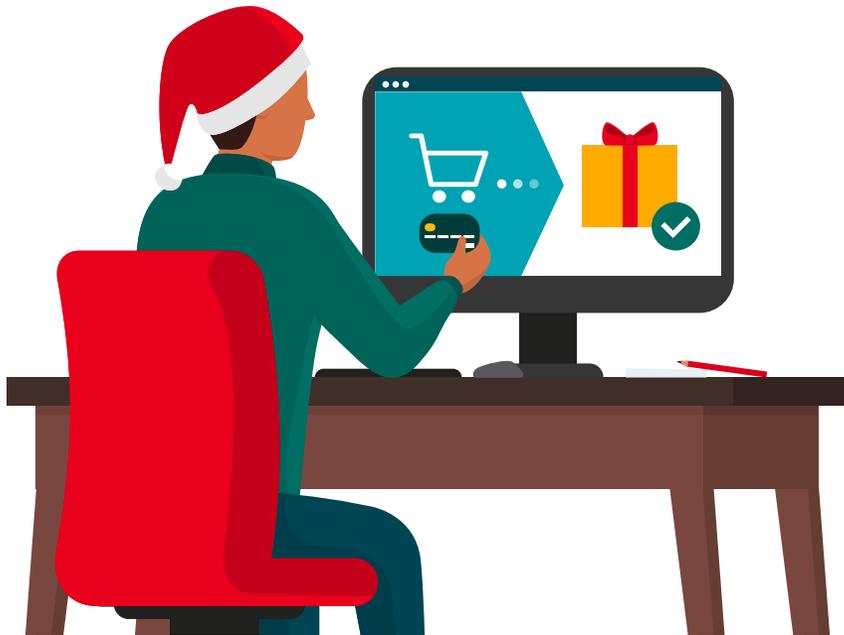




¿Qué dispositivo utilizó o utilizará para investigar o comprar en línea?

54%

Smartphone/Tablet



En este último año, ¿ha comprado en línea y recogido el producto en tienda?

57%

Sí

43%

y en promedio,
2 o 3 veces en
el año





¿Cuál es el servicio de entrega preferido para la temporada de compras navideñas?

33%

Comprar en línea, con envío estándar a domicilio



¿Por qué eligió este método?

27%

Rapidez en la compra y en la entrega

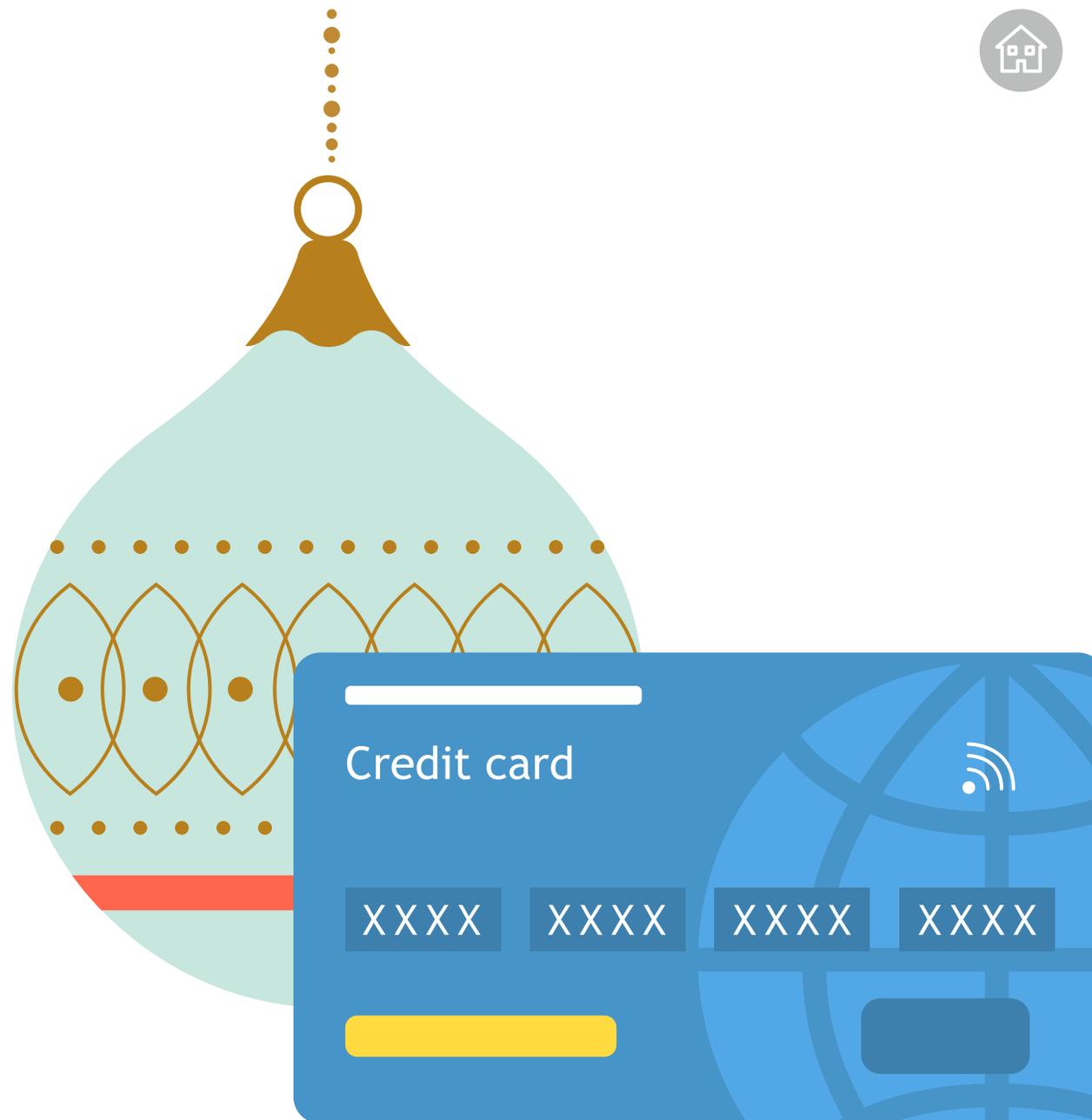
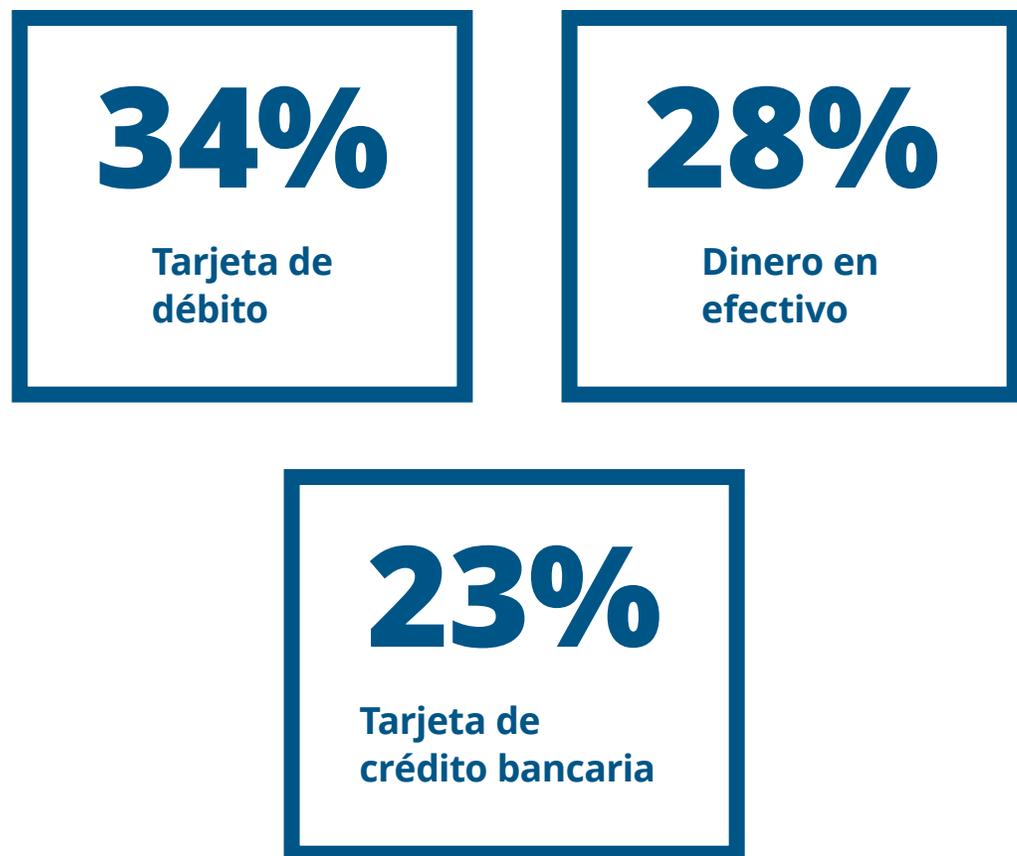
21%

y mejor precio





¿Cuáles son las formas de pago que utilizó o utilizará para realizar sus compras navideñas?





Consideraciones finales

Cerramos nuestro reporte con dos reflexiones sobre temas relevantes relacionados con los efectos de la pandemia en las compras, sean éstas de navidad o sencillamente del día con día.

Comportamiento de compras

Sabemos que la pandemia ha trastocado, de diferentes maneras, mucho de aquello que dábamos por sentado. Diversas actividades han dado un giro radical, otras se han transformado, algunas están suspendidas, y otras más, vislumbran su recomposición hacia un futuro mejor.

¿Pero qué pasa con las compras?, ¿cómo se comportan los consumidores a la hora de comprar?, ¿se mantienen fieles a sus marcas?, ¿optan por los productos sustentables?

Para responder puntualmente, nos dimos a la tarea de investigar, a través de la opinión de nuestros entrevistados, cuánto y cómo ha cambiado el comportamiento de compras en 2020 en tiempos de pandemia. A continuación, los resultados:

60% se mantuvo fiel a las marcas que consume

58% mantuvo su propósito de comprar marcas propias/libres

57% aumentó su investigación en internet antes de comprar

54% mantuvo su decisión de comprar productos sustentables

51% aumentó su búsqueda de sitios de comparación de precios

49% mantuvo su decisión de comprar en grandes almacenes

47% aumentó sus compras en tiendas de descuento





Ansiedad derivada de la contingencia

Al profundizar con los encuestados acerca de la ansiedad ocasionada por el COVID-19 un número significativo señaló no querer realizar sus compras en tiendas físicas y no regresar a ellas hasta que se cuente con una vacuna contra este virus. Sumado a lo anterior, la mitad de los participantes planteó una condición adicional para retornar a las tiendas físicas: contar con seguridad laboral y un salario competitivo. A continuación, todas las respuestas que los participantes consideraron aplicables.



Prefiere comprar en tiendas cerca del lugar donde vive.



Prefiere hacerlo en tiendas en línea para evitar aglomeraciones.



Regresaría a sus hábitos de compra, previos al COVID-19, hasta tener seguridad laboral y un salario competitivo.



Dice sentirse ansioso al comprar en tiendas físicas durante las fiestas decembrinas debido al COVID-19.



Prefiere comprar en tiendas que estén ubicadas fuera de los centros comerciales.



Regresaría a sus hábitos de compra, previos al COVID-19, hasta que haya una vacuna disponible.



Metodología

Las conclusiones de este trabajo de investigación se obtuvieron a partir de los resultados de una encuesta, cuyo levantamiento se llevó a cabo durante la última semana del mes noviembre y la primera del mes de diciembre de 2020.

El universo de participantes constituido en paridad de género, lo conformaron 1,500 personas de distintos niveles de ingresos y edades en México, Argentina, Colombia, Costa Rica y Perú, a los cuales, para efecto de análisis conjunto, denominamos Latinoamérica, incluyendo, además, los resultados por país.



Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte www.deloitte.com para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte S-LATAM, S.C." es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades relacionadas, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta publicación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta publicación.

