

Encuesta anual de Navidad - 2014

Intenciones y expectativas de los consumidores en la Argentina

Diciembre 2014



País: Argentina

Muestra: 500 casos

1. ¿Qué prioridad le dará a cada una de las siguientes opciones a la hora de realizar las compras para la Navidad 2014?

En % sobre el total de respuestas

	Regalos	Cena de Navidad y fin de año	Viajes, paseos, etc	Celulares, computadoras otros electrónicos	Ropa	Mejoras o reparaciones en la casa	Otras
Alto	23,20%	38,20%	11,20%	4,20%	18,40%	15,00%	7,00%
Medio	34,20%	27,60%	18,80%	21,20%	36,80%	24,80%	9,80%
Bajo	16,00%	8,60%	35,80%	39,60%	18,00%	27,20%	16,40%
Ns/Nc	26,60%	25,60%	34,20%	35,00%	26,80%	33,00%	66,80%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2. ¿Como será su Navidad en el 2014 en comparación con el año anterior?

En % sobre el total de participantes

Pienso gastar más que el año anterior	25,80%
Pienso gastar lo mismo que el año anterior	44,20%
Pienso gastar menos que el año anterior	30%
Total	100%

3. ¿Qué tan de acuerdo está usted con la siguiente frase? "Para mí, es importante pasar un buen rato en Navidad y sólo después pensar en los costos".

En % sobre el total de participantes

De acuerdo	38%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (posición neutral)	38%
En desacuerdo	22,80%
No sé	1,20%
Total	100%

4. ¿En qué utiliza usted su aguinaldo?

En % sobre el total de respuestas

Pago de deudas	27,03%
Compras navideñas	28,14%
Ahorro	23,37%
No recibo aguinaldo a fin del año	16,06%
Otros	5,40%
Total	100%

5. ¿Cuántos regalos aproximadamente compró en 2013 y cuántos regalos aproximadamente piensa comprar en 2014 para Navidad?

En % sobre el total de participantes

En 2013

0 a 5	46,00%
6 a 10	34,40%
11 a 15	12,00%
16 a 20	5,20%
21 o más	2,40%
Total	100,00%

En 2014

0 a 5	46,60%
6 a 10	29,20%
11 a 15	15,20%
16 a 20	5,40%
21 o más	3,60%
Total	100,00%

6. En general, ¿cuál fue el valor promedio de sus regalos de Navidad en 2013 y cuál estima que será el valor promedio de sus regalos para este año?

En % sobre el total de participantes

En 2013

En % sobre el total de participantes

5 a 10 dólares	31,80%
10 a 25 dólares	37,80%
25 a 35 dólares	18,40%
35 a 50 dólares	7,20%
50 dólares o más	4,80%
Total	100%

En 2014

En % sobre el total de participantes

5 a 10 dólares	32,80%
10 a 25 dólares	31,00%
25 a 35 dólares	20,20%
35 a 50 dólares	9,20%
50 dólares o más	6,80%
Total	100%

7. ¿Cuáles son los medios de pago que usted utiliza con mayor frecuencia en sus compras navideñas?

En % del total de respuestas

Dinero en efectivo	37,48%
Tarjeta de crédito	23,83%
Tarjeta de débito	21,59%
Tarjeta de crédito con cuotas mensuales	12,83%
Tarjeta de una tienda con cuotas mensuales	2,04%
Tarjeta de una tienda	1,83%
Cheque	0,20%
Otros	0,20%
Total	100%

9. ¿Qué tipo de regalos le gustaría a usted recibir esta Navidad 2014?

En % del total de respuestas

Ropas y zapatos	25,62%
CDs, DVDs, Blue Rays	3,72%
Cosméticos / perfumes / artículos de cuidado personal	10,76%
Mejoras o reparaciones para la casa	8,13%
Aparatos electrónicos portátiles: celulares, computadoras, mp3 players, tablets, smartphome etc.	16,80%
Videojuegos (Wii, Xbox , Playstation)	4,10%
Electrodomésticos	8,90%
Muebles, cama, mesa y baño	5,96%
Joyas	4,72%
Artículos deportivos	8,51%
Otros	2,78%
Total	100%

10. ¿En qué lugares piensa usted realizar sus compras navideñas este año?

En % del total de respuestas

Tiendas en centros comerciales	10,81%
Grandes tiendas departamentales	13,08%
Supermercados	11,50%
Tiendas de juguetes	11,18%
Internet	10,76%
Tiendas de artículos electrónicos especializadas	6,28%
Tiendas de artículos para el hogar	6,86%
Tiendas en la calle (no en centros comerciales)	6,91%
Tiendas minoristas regionales/ locales (pequeña e independiente, que no forman parte de grandes cadenas nacionales o internacionales)	8,39%
Tiendas de artículos deportivos	7,07%
Joyerías	2,21%
Catálogos	2,79%
Tiendas de servicios (por ej., agencia de viajes)	0,79%
Otros	1,37%
Total	100%

11. Cuándo usted visita físicamente una tienda, ¿qué es lo que espera de este canal de compra?

En % del total de respuestas

Disponibilidad inmediata del producto	19,76%
Mayor poder de negociación	3,54%
Mayor variedad	16,48%
Promociones	21,86%
Servicios	4,33%
Vendedores atentos y calificados	17,92%
Ver y probar el producto personalmente	15,95%
Otros	0,16%
Total	100%

12. ¿Qué porcentaje de sus compras navideñas de este año realizará por internet?

En % del total de participantes

Absolutamente todas (100 %)	0,80%
Entre el 99% y el 75%	2,80%
Entre el 75% y el 50%	9,80%
Entre el 50 % y el 20%	21,40%
Entre el 20% y el 10%	18,40%
Menos del 10%	26,00%
No realizaré compras por internet (0%)	20,80%
Total	100%

13. ¿Cuáles son las razones para realizar compras navideñas por internet?

En % del total de respuestas

Precios más bajos	22,89%
Practicidad	14,57%
Descuentos ofrecidos	18,36%
Mayor facilidad de comparación de precios	12,02%
Mayor selección de productos	9,27%
Envío gratis	12,20%
Otros	0,85%
Ns/Nc	9,84%
Total	100%

14. ¿En qué tipos de página web realizará sus compras navideñas?

En % del total de respuestas

Páginas de compra colectiva	31,84%
Páginas de subastas etc.	16,67%
Páginas de la propia empresa o fabricante	20,87%
Páginas de una tienda departamental	10,03%
Sitio web de venta al por menor (outlet)	16,26%
Otros	4,34%
Ns/Nc	0%
Total	100%

15. Si va a realizar sus compras de Navidad en una tienda física, y no encuentra un producto específico en esa tienda, ¿cuál de las siguientes acciones sería más probable que hiciera primero?

En % del total de participantes

Iría a otra tienda de la misma cadena o preguntaría al vendedor si hay en otra tienda el producto que está buscando	33,00%
Iría a otra tienda (otro nombre/ otra cadena)	38,60%
Visitaría la página web de la misma tienda	6,00%
Visitaría la página web de otra tienda	3,00%
Visitaría páginas de búsqueda, comparación de precios, entre otros	17,80%
Renunciaría a la compra del producto	0,80%
No iría a tiendas físicas comprar el producto	0,80%
Otra acción	0,00%
Total	100%

16. Si va a realizar sus compras de Navidad en una página web de una tienda específica, y no encuentra el producto deseado, ¿cuál de las siguientes alternativas es más probable que hiciera primero?

En % del total de participantes

Iría personalmente a la tienda física de esa tienda	35,80%
Iría personalmente a la tienda física de otra tienda	4,20%
Visitaría la página web de otra tienda	25,80%
Visitaría páginas de búsqueda, comparación de precios, entre otros	27,00%
No compraría el producto	6,40%
Otra acción	0,80%
Total	100%

17. ¿En qué medida cree usted que las redes sociales influyen en sus decisiones de compra?

En % del total de participantes

Gran influencia	38,20%
Poca influencia	45,20%
Ninguna influencia	10,60%
Indiferente	5,80%
No respondió	0,20%
Total	100%

18. Considerando sus actuales hábitos de consumo en época navideña ¿qué cambió en su comportamiento de compra?

En % del total de respuestas

Estoy comprando más	8,75%
Estoy comprando menos	16,63%
Compro más en tiendas de descuentos, mayoristas	14,51%
Compro menos en tiendas departamentales	2,26%
Compro más en tiendas departamentales	2,55%
Compro más a través de catálogos	2,99%
Compro más en tiendas de lujo	0,95%
Compro más en tiendas con marcas propias	3,94%
Soy más fiel a las marcas	6,56%
Busco más antes de comprar el producto	18,60%
Compro productos sostenibles (de empresas con responsabilidad social)	4,61%
Busco en sitios web de comparación de precios	10,58%
Compro más por internet (tiendas departamentales, tiendas individuales, clubes de compra, etc.)	6,87%
Ns/Nc	0,20%
Total	100%

19. ¿Cuándo tiene pensado hacer sus compras navideñas?

En % del total de participantes

En noviembre o antes	13,90%
En la segunda mitad de noviembre (a excepción del Viernes Negro)	14,90%
En el Viernes Negro	3,60%
A principios de diciembre	31,00%
En la segunda mitad de diciembre	14,50%
Hasta una semana antes de Navidad	18,90%
El día de Navidad	1,60%
Después de Navidad / en la liquidación de enero	1,60%
Total	100%

Metodología

- La investigación “Navidad 2014”, llevada a cabo por Deloitte, durante los primeros días de noviembre estuvo a cargo de una firma independiente especializada en investigación de mercado a través de Internet.
- El objetivo de este trabajo es dar a conocer las tendencias de los consumidores principales de las compras de Navidad año tras año.
- La muestra se compone de 500 encuestados con un margen de error del +/- 4%.
- Cada consumidor en el panel fue identificado a través de aspectos
Socio-demográficos;
Los intereses personales;
El comportamiento del consumidor.
- Para ajustar la muestra de Internet a la población del país, se ha utilizado ex-post ponderación estadística. La ponderación se basa en el género y la edad.



Deloitte se refiere a una o más de las firmas miembros de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada del Reino Unido limitada por garantía, y su red de firmas miembros, cada una como una entidad única e independiente y legalmente separada. Una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembros puede verse en el sitio web www.deloitte.com/about.

Deloitte presta servicios de auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero a organizaciones públicas y privadas de diversas industrias. Con una red global de Firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda sus capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos del negocio. Aproximadamente 200.000 profesionales de Deloitte se comprometen a ser estándar de excelencia.