

Encuesta Navidad 2013  
Resultados Chile



Diciembre, 2013

Equipo Market Intelligence

Clients & Industries

La noche de Navidad se aproxima. Los consumidores chilenos están aumentando sus compras por internet, son optimistas y están dispuestos a gastar, pero cada vez investigan más y buscan los mejores precios.



# Resultados más relevantes

La economía familiar y del país, junto con la estabilidad laboral, son percibidas con optimismo por los chilenos. 76% considera que su situación económica es igual o mejor que en el 2012.

## Compras

- 71% piensa anticipar sus compras y no dejarlas para los días previos a navidad
- 65% espera gastar más o lo mismo que la navidad pasada.
- 1 de cada 2 encuestados piensa gastar más de \$12.500 en promedio por regalo, y el 66% declara que comprará más de 5 regalos.

## Hábitos de consumo

- La mayor intención de compra para regalar se centra en vestuario, juguetes y cuidado personal. Los regalos más deseados son vestuario, zapatos y artículos electrónicos.
- El dinero en efectivo / cheque y las tarjetas de débito son los medios de pago más frecuentes
- El 76% pretende comprar al menos parte de sus regalos en tiendas por departamento.
- Hay una mayor lealtad al producto que al retailer, tanto al momento de comprar online como al visitar una tienda física.

## Internet

- El 32% afirma que comprará al menos parte de sus regalos por internet, si bien está en el cuarto lugar de preferencias, constituye un 50% de alza con respecto al año 2012.
- Aún se perciben beneficios superiores en las tiendas físicas versus Internet, el que está levemente mejor posicionado sólo en la percepción de los atributos de precios más bajos y envío gratis.

# Compras en Navidad 2013

---

# Compras en Navidad 2013

## Calendario de compras navideñas

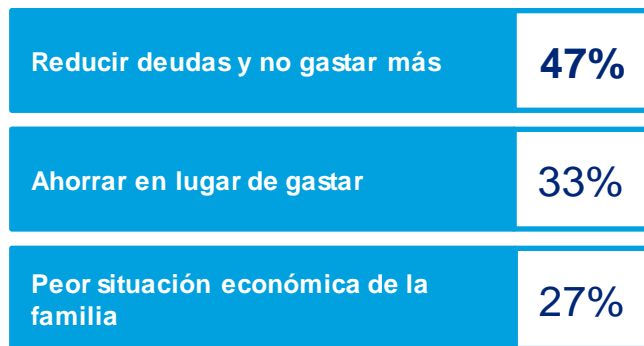


Los consumidores chilenos manifiestan planificar con tiempo sus compras navideñas, ya que el **71% de las personas prefiere comprar con al menos 3 semanas de anticipación** (a más tardar a principios de diciembre).

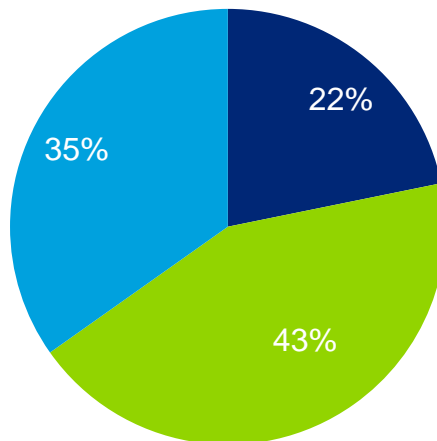
# Compras en Navidad 2013

## Gasto respecto al año anterior

### Pienso gastar menos por...

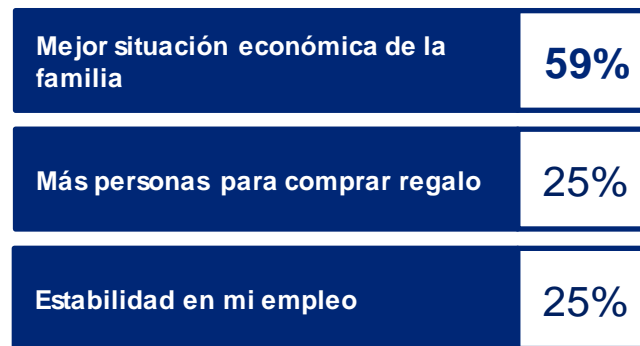


Respuesta múltiple, % diferentes a 100.



- Pienso gastar más que el año anterior
- Pienso gastar lo mismo que el año anterior
- Pienso gastar menos que el año anterior

### Pienso gastar más por...



Respuesta múltiple, % diferentes a 100.

Para la Navidad de 2013, **65% de los chilenos esperan GASTAR MÁS o LO MISMO** que el año anterior.

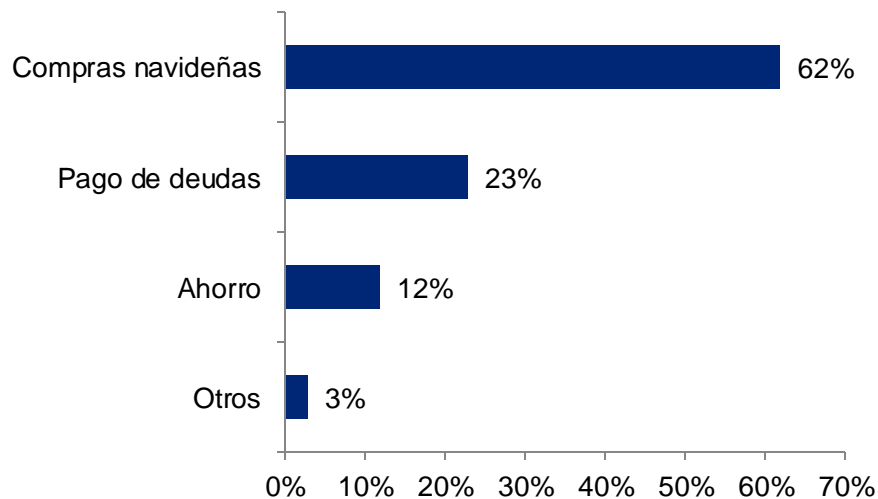
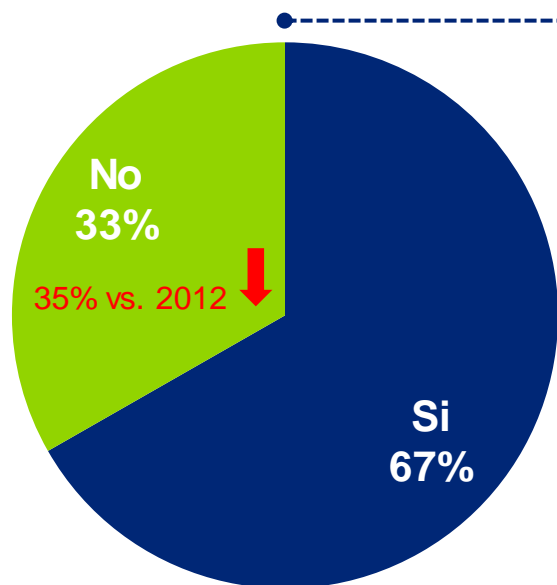
Dentro de las razones para quienes optan por gastar más se encuentran la mejor situación económica familiar, la percepción de estabilidad del empleo y un aumento en el número de personas para comprar regalos.

Dentro de las razones para gastar menos, la conciencia respecto a la reducción de deudas y ahorrar fueron las recurrentes. En este punto destaca que en Chile sólo un 1% manifestó estar preocupado por la incertidumbre económica del país.

# Compras en Navidad 2013

## Uso del aguinaldo navideño

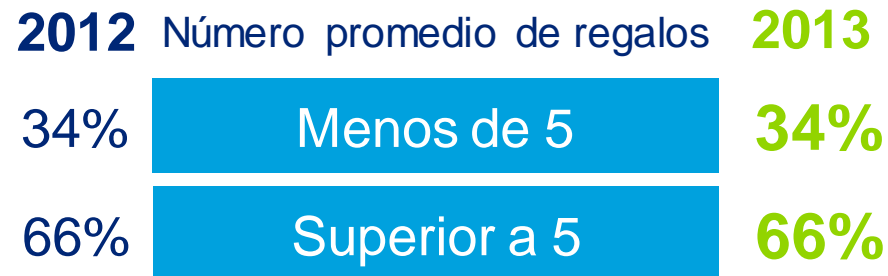
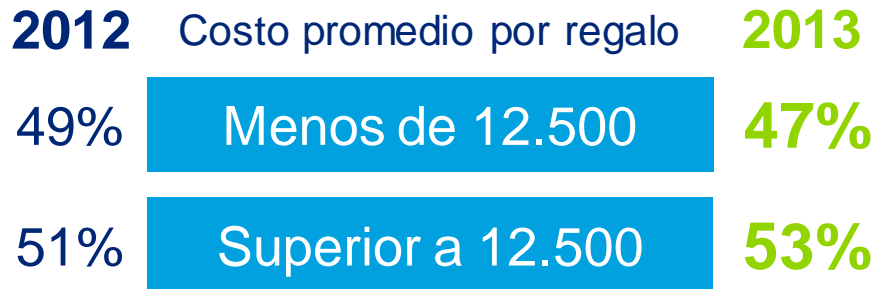
% recibirá aguinaldo de navidad



67% de los encuestados asegura que recibirá aguinaldo a fin de año. El uso será destinado en un 62% en compras navideñas, 23% en el pago de deudas, 12% para ahorro y 3% en otras actividades.

# Compras en Navidad 2013

## Costo promedio por regalo y número de regalos



En cuanto al valor promedio y al número promedio de los regalos comprados, no se observan variaciones importantes comparando lo gastado el 2012 con la intención de compra para el 2013.

Aproximadamente uno de cada dos encuestados declara **gastar en promedio más de \$12,500 por regalo**, y el **66% compra más de 5 regalos**.



# Hábitos de consumo Navidad, 2013 ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Dónde?

# Hábitos de consumo, Navidad 2013

## Tipo de regalo que quisiera comprar y recibir

### Regalo a comprar

<b>Vestuario</b>	<b>42%</b>
<b>Juguetería</b>	<b>41%</b>
<b>Belleza y cuidado personal</b>	<b>36%</b>
Artículos deportivos	24%
Aparatos electrónicos portátiles	21%
Zapatería	16%
Libros	15%
Videojuegos	12%
Joyas	12%
Mejoramiento del Hogar	12%
Electrodomésticos	11%
Aparatos Electrónicos	11%
Muebles	7%
CDs, DVDs, Blu Rays	4%
Otros	8%

### Regalo más deseado

<b>1<sup>ro</sup></b>	<b>Vestuario</b>
<b>2<sup>do</sup></b>	<b>Zapatería</b>
<b>3<sup>ro</sup></b>	<b>Aparatos electrónicos portátiles</b>

**Vestuario, juguetería, belleza y cuidado personal son los artículos que más esperan regalar los chilenos en navidad 2013.**

Los regalos más deseados por los chilenos son los artículos de vestuario, seguidos por zapatería y aparatos electrónicos portátiles.

Respuesta múltiple, % diferentes a 100%.

# Hábitos de consumo, Navidad 2013

## Medio de pago más frecuente para compras navideñas

	2012	2013	
<b>Dinero en Efectivo y/o Cheque</b>	<b>83%</b>	<b>83%</b>	
Tarjeta Débito	39%	52%	↑
Tarjeta de Crédito	36%	42%	↑
Tarjeta de Tienda Comercial	24%	32%	↑
Otros	1%	1%	

Respuesta múltiple, % diferentes a 100.

**El dinero en efectivo / cheque y las tarjetas de débito son los medios de pago más frecuente para las compras navideñas** de los chilenos, los que muestran su reticencia a contraer deudas en esta navidad.

Las tarjetas débito, crédito y las de tiendas comerciales han aumentado en la frecuencia de uso de los chilenos respecto al 2012.

# Hábitos de consumo, Navidad 2013

## Principales establecimientos de compras navideñas

Establecimiento	2013
Tiendas por departamentos	76%
Tiendas en Centros Comerciales	47%
Supermercados	39%
Internet	32%
Tiendas de Juguetes	32%
Tiendas minoristas/regionales	24%
Tiendas en la calle	17%
Tiendas artículos para hogar	16%
Tiendas electrónicas especializadas	14%
Tiendas artículos deportivos	13%
Joyerías	11%
Catálogos	7%
Tiendas de Servicios	3%
Otros	3%

→ **61% vs Latam**

→ **21% vs 2012**

Las **Tiendas por Departamento** y en general los **Centros Comerciales** son los lugares preferidos para hacer las compras navideñas. **Internet se encuentra en el cuarto lugar**, con un 32% de las menciones.

Es importante destacar que en la versión 2012 de la encuesta, **Internet** conseguía un 21%, lo que evidencia un **50% de aumento el 2013**.

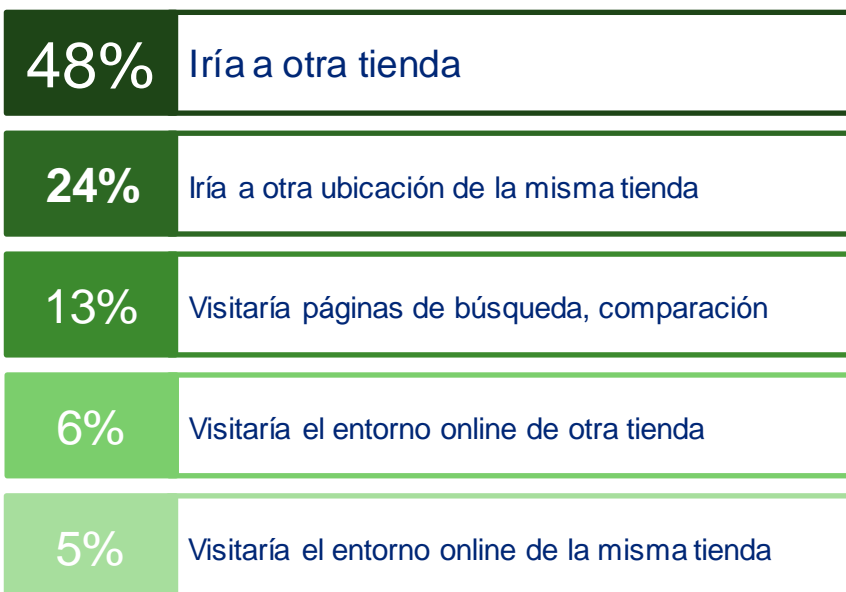
Respuesta múltiple, % diferentes a 100.

# Hábitos de consumo, Navidad 2013

## Lealtad al canal de venta

Los **consumidores chilenos muestran una mayor lealtad al producto que al retailer**, tanto al momento de comprar **online como al visitar una tienda física**, ya que de no encontrar el producto que buscan, en mayor proporción prefieren dirigirse a otra tienda del mismo formato, que visitar otro formato (o sucursal) de la misma tienda.

Si va a hacer sus compras de navidad en una **tienda física** y no ha encontrado el producto ¿Qué es lo más probable que usted realice primero?



**Otros:** No compraría el producto (3%), Renunciaría a comprar el producto (1%), Otros (1%).

Si va a hacer sus compras de navidad en un sitio web de una tienda específica y no ha encontrado el producto ¿Qué es lo más probable que usted realice primero?



# Compras navideñas por Internet

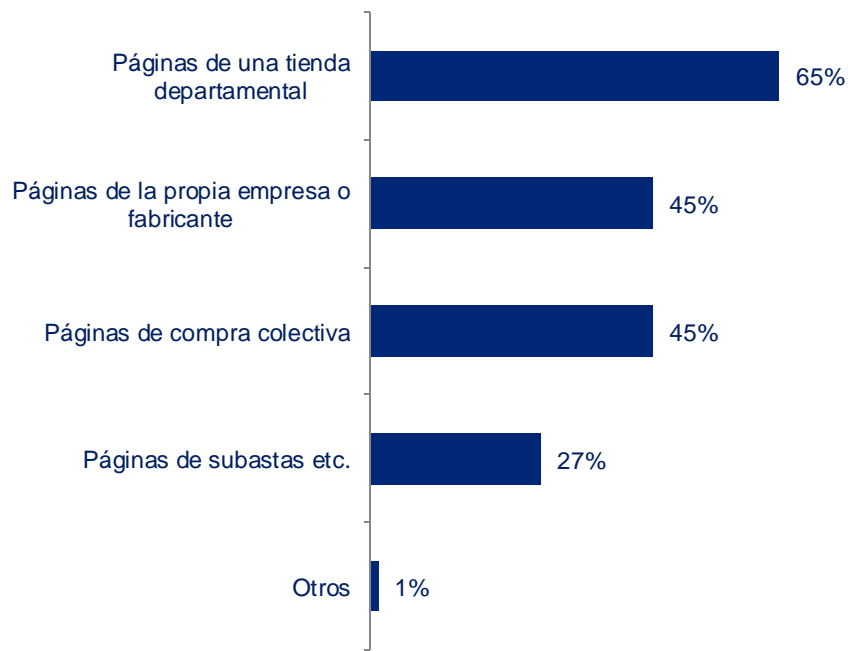
---

# Compras navideñas por Internet

## Sitio web de compra y equipo donde se origina la compra

El 65% de las personas que mencionaron realizarían alguna compra vía Web seleccionaron las páginas de las Tiendas por Departamentos como la más probable donde realicen la compra, seguido por un 45% que mencionaron las páginas propias de la empresa o fabricante, 45% sitios de compra colectiva y 27% en páginas de subastas.

### Sitio Web de compra



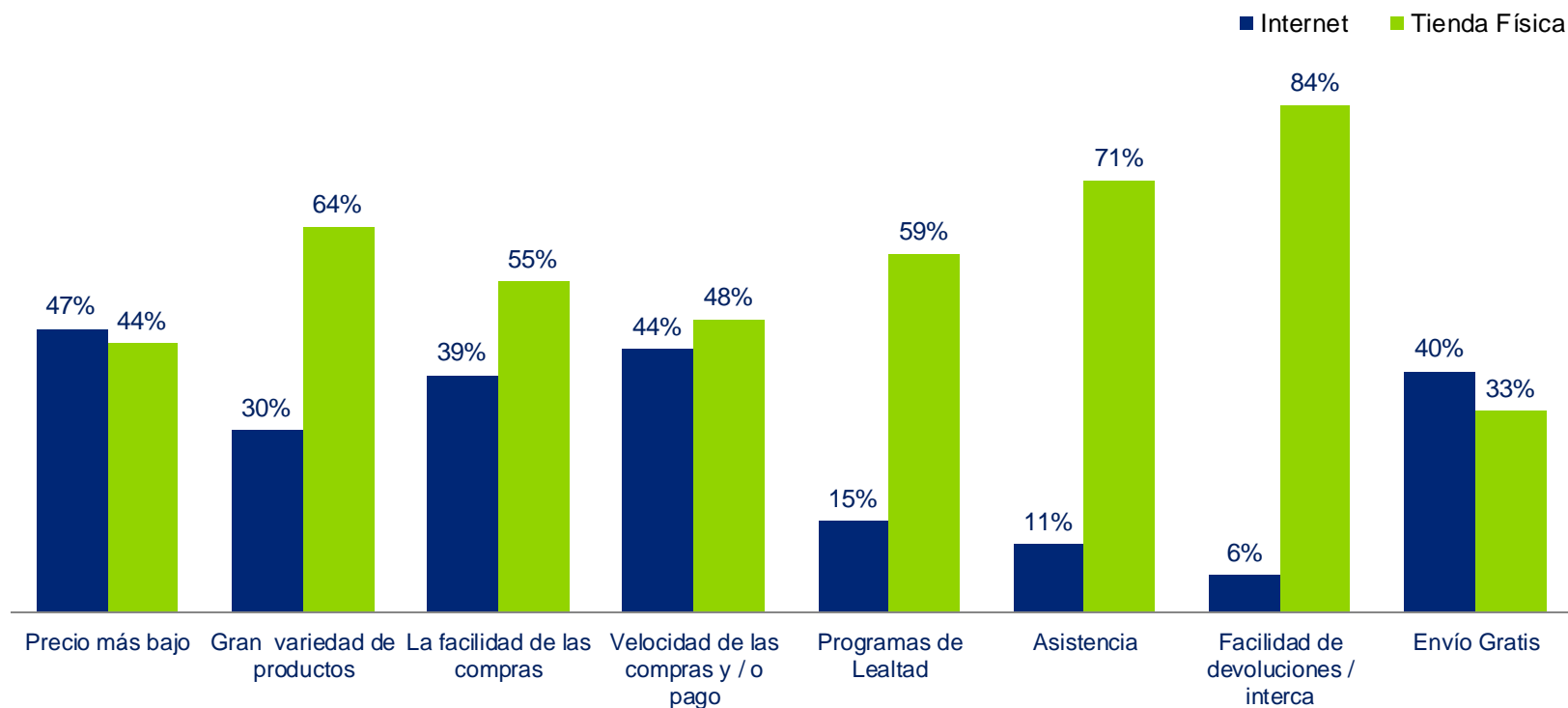
Respuesta múltiple, % diferentes a 100.

Equipo origen de compra	2013
Laptop	59%
Computador de escritorio	38%
Teléfono portátil / Celular	34%
Tablets	31%
Otro	7%

Respuesta múltiple, % diferentes a 100.

# Compras navideñas por Internet

## Canal que más destaca por atributos



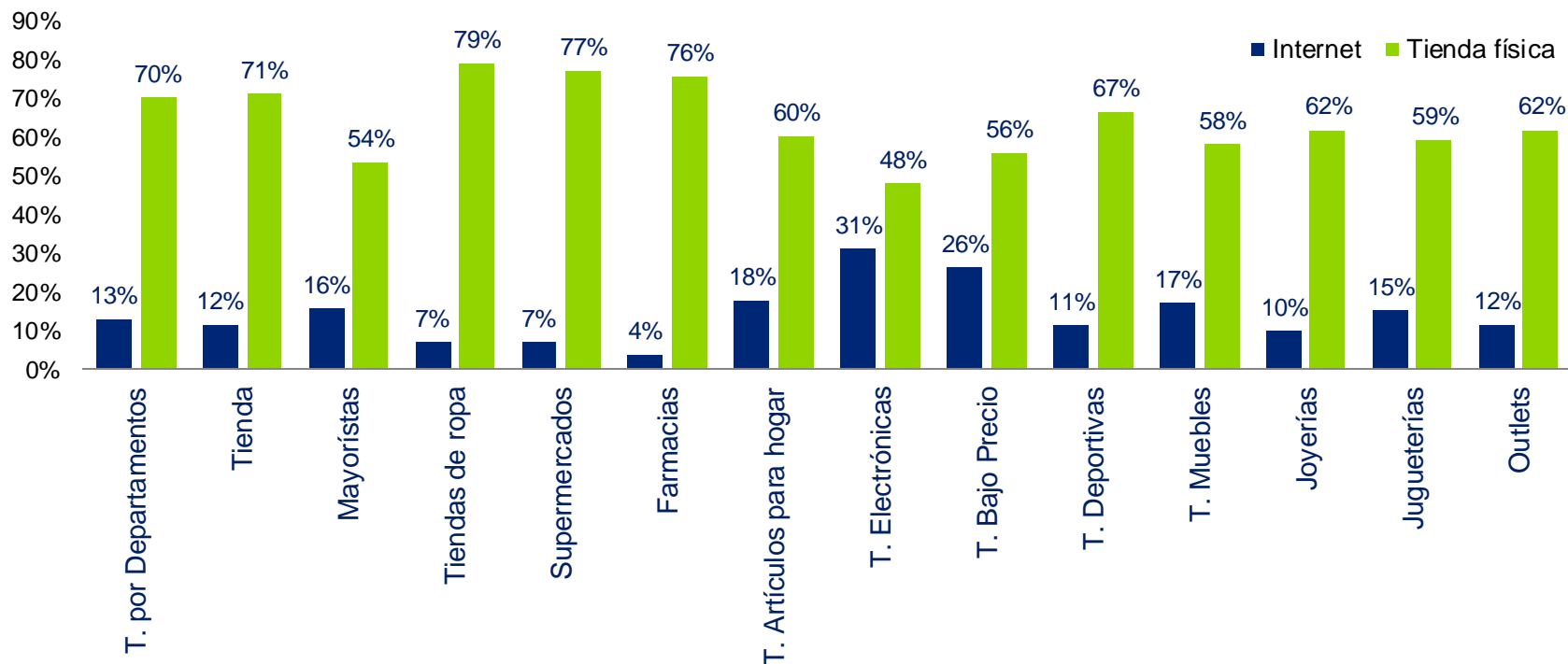
% faltante a 100 corresponde a la categoría: No se distingue.

En términos generales, **los consumidores aun perciben beneficios superiores en las tiendas físicas versus internet**, resaltando especialmente la facilidad de devoluciones y cambios, la asistencia, programas de lealtad y la variedad de productos. **Internet está levemente mejor posicionada solo en precios más bajos y envío gratis.**



# Compras navideñas por Internet

## Establecimientos de compra (Tienda física vs. Tienda Online)

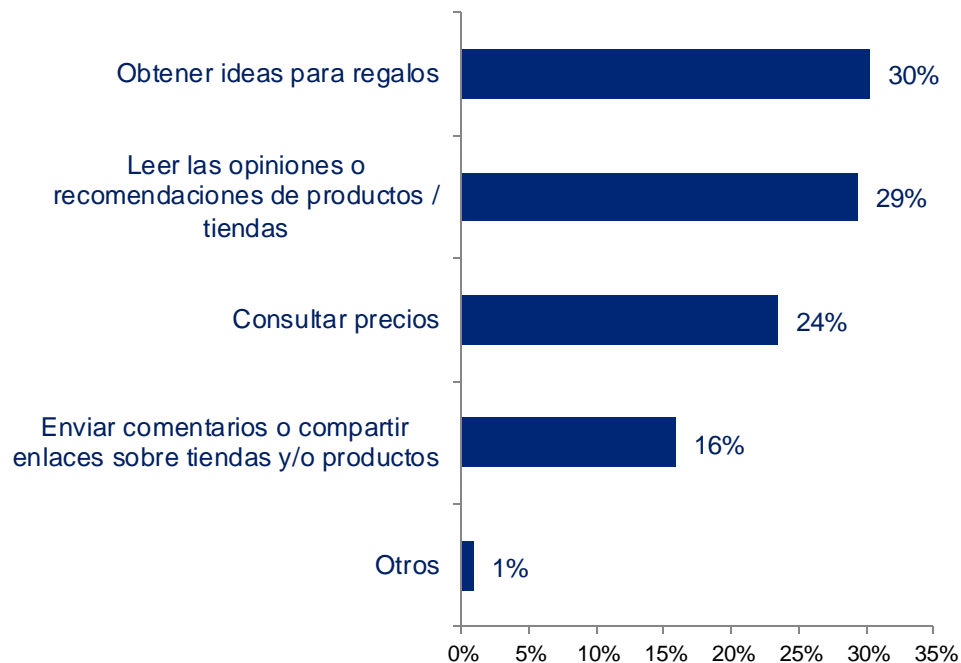
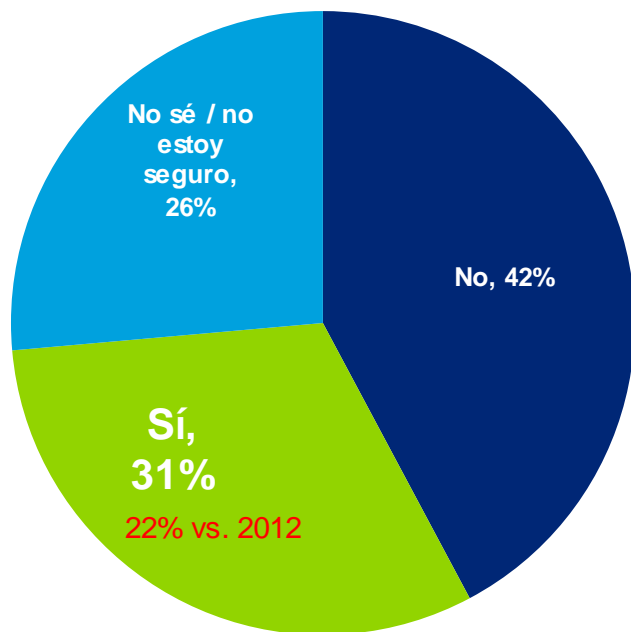


% faltante a 100 corresponde a las categorías: No se distingue y No haré compras en ese sitio

Aún existe un **amplio dominio de las preferencias por las tiendas físicas con respecto a las tiendas online**, sin embargo se observa que **internet se está posicionando** en algunas categorías, especialmente las de artículos electrónicos y las tiendas de bajo precio.

# Compras navideñas por Internet

## Uso de medios sociales como parte de proceso de compras navideñas



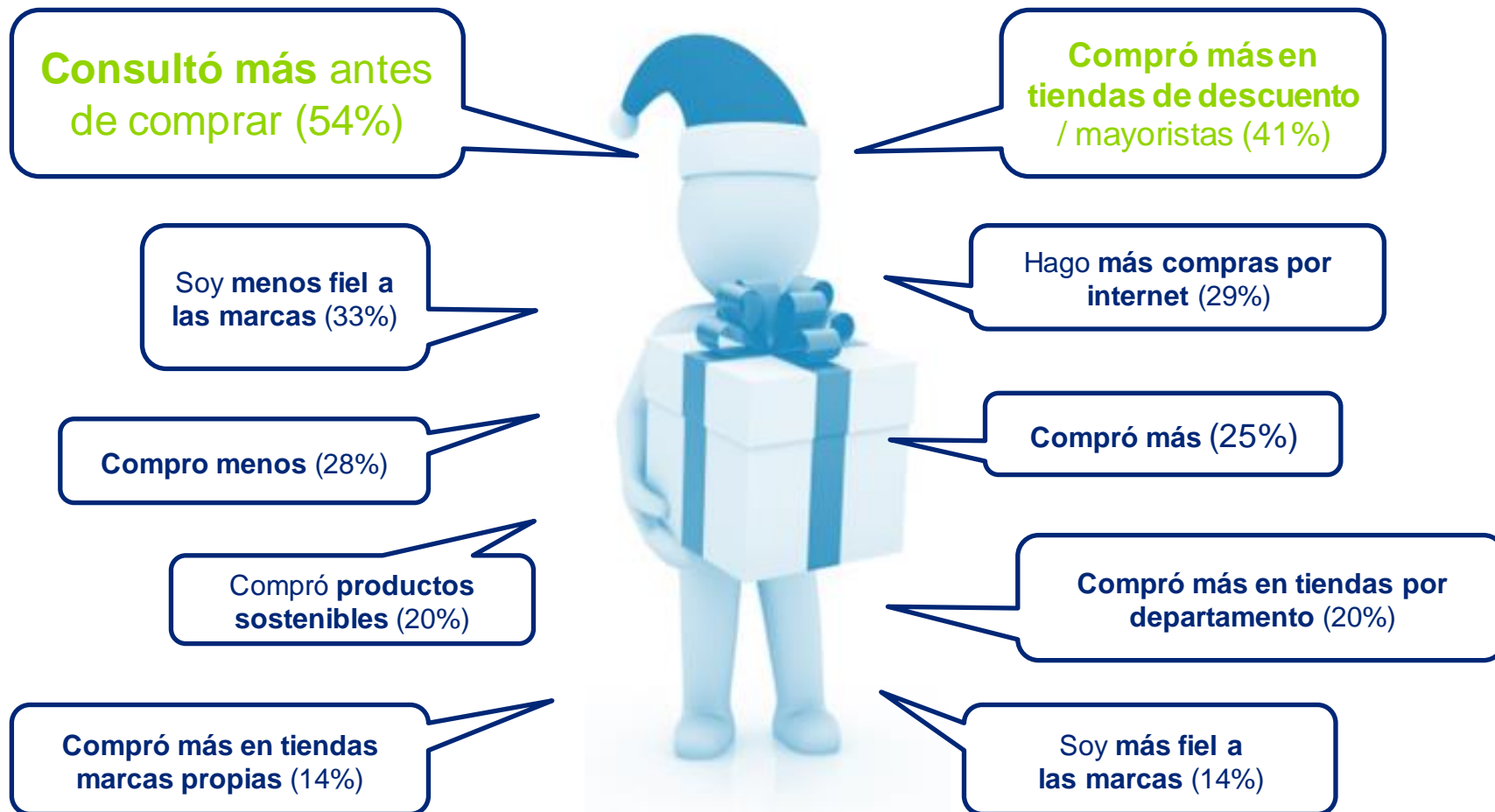
En Chile un **31% de los encuestados utilizarán los medios sociales (blogs, Facebook, Twitter, entre otros) como parte de su proceso de compra de navidad**. Lo realizarán principalmente para obtener ideas de regalos, recomendaciones de productos y consultar precios.

# Cambios en los hábitos de compra

---

# Cambios en los hábitos de compra

## Principales cambios de consumo para Navidad 2013



Respuesta múltiple, % diferentes a 100.

# Metodología de la Encuesta Navidad 2013, Chile

---

# Metodología de la encuesta

## Navidad 2013, Chile

**Encuestados: 500**

- La encuesta Navidad 2013 fue realizada por Deloitte y aplicada en Chile, a través de una empresa especializada de opinión pública, independiente.
- El objetivo del estudio es revelar las principales tendencias de los consumidores en las compras navideñas cada año.
- El cuestionario fue aplicado entre el 21 de octubre y 8 de noviembre de 2013.
- En el caso de Chile, participaron 500 personas.



**50% mujeres**



**50% hombres**





[www.deloitte.cl](http://www.deloitte.cl)

Deloitte © se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada limitada por garantía, de Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Por favor, vea en [www.deloitte.cl](http://www.deloitte.cl) acerca de la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited es una compañía privada limitada por garantía constituida en Inglaterra & Gales bajo el número 07271800, y su domicilio registrado: Hill House, 1 Little New Street, London, EC4A 3TR, Reino Unido.

#### **Oficina central**

Rosario Norte 407  
Las Condes, Santiago  
Chile  
Fono: (56-2) 2729 7000  
Fax: (56-2) 2374 9177  
[deloittechile@deloitte.com](mailto:deloittechile@deloitte.com)

#### **Regiones**

Simón Bolívar 202  
Oficina 203  
Iquique  
Chile  
Fono: (56-57) 254 6591  
Fax: (56-57) 254 6595  
[iquique@deloitte.com](mailto:iquique@deloitte.com)

Av. Grecia 860  
Piso 3  
Antofagasta  
Chile  
Fono: (56-55) 244 9660  
Fax: (56-55) 244 9662  
[antofagasta@deloitte.com](mailto:antofagasta@deloitte.com)

Los Carrera 831  
Oficina 501  
Copiapó  
Chile  
Fono: (56-52) 252 4991  
Fax: (56-52) 252 4995  
[copiapo@deloitte.com](mailto:copiapo@deloitte.com)

Alvares 646  
Oficina 906  
Viña del Mar  
Chile  
Fono: (56-32) 288 2026  
Fax: (56-32) 297 5625  
[vregionchile@deloitte.com](mailto:vregionchile@deloitte.com)

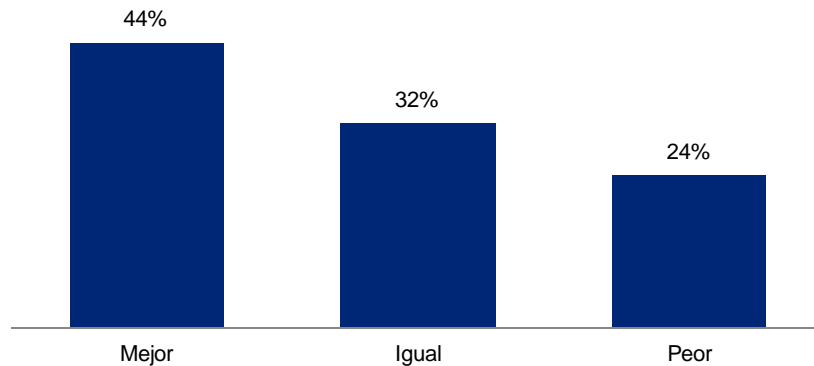
O'Higgins 940  
Piso 6  
Concepción  
Chile  
Fono: (56-41) 291 4055  
Fax: (56-41) 291 4066  
[concepcionchile@deloitte.com](mailto:concepcionchile@deloitte.com)

Quillota 175  
Oficina 1107  
Puerto Montt  
Chile  
Fono: (56-65) 226 8600  
Fax: (56-65) 228 8600  
[puertomontt@deloitte.com](mailto:puertomontt@deloitte.com)

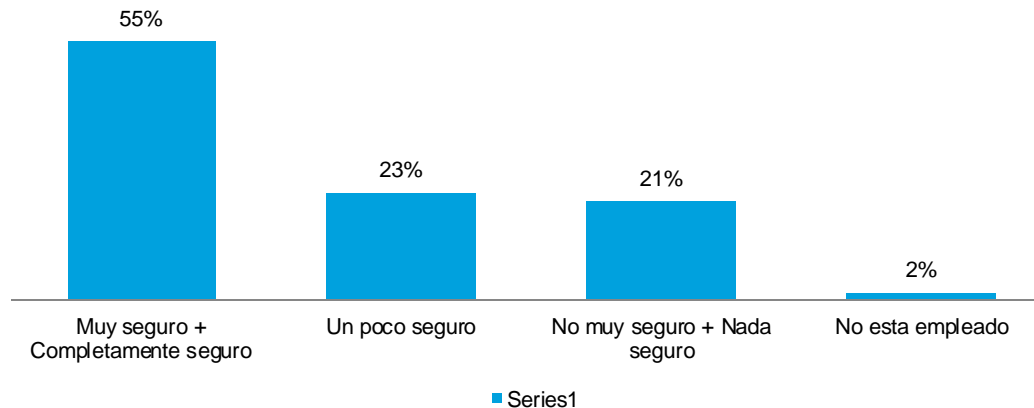
# Anexo

## Contexto económico familiar, personal y del país

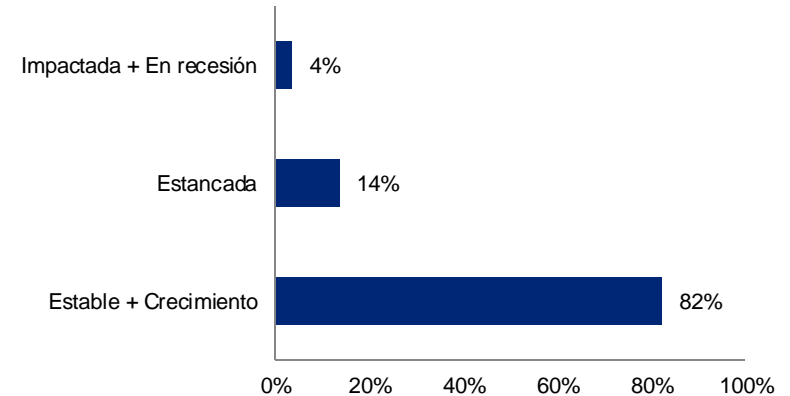
**Situación económica familiar respecto al año pasado en esta época**



**Seguridad respecto a la estabilidad del empleo (solo quienes aseguran ejercer una actividad remunerada)**



**Progreso de la economía**



Al igual que en el 2012, la situación económica familiar y del país son percibidas con optimismo por los chilenos. En cuanto a la familia, la mayoría considera que está en una posición igual o mejor que el año pasado, y en relación al país, el 82% percibe que la economía es estable o bien está en crecimiento.

Lo mismo sucede con la percepción la estabilidad laboral, el 55% manifiesta sentirse muy seguro en su trabajo.