

Deloitte.

Encuesta anual de Navidad 2015

Comportamiento de los consumidores
latinoamericanos durante la
temporada de compras navideñas



Conclusión principal

La situación financiera de las familias latinoamericanas en 2015 presenta signos de declive en comparación con los valores registrados el año inmediatamente anterior, pasando de 54% a 44% en los índices de percepción de suficiencia económica. La anterior conclusión se desprende de los datos compilados en una encuesta realizada por Deloitte entre 3,500 respondientes y conducida entre los días 30 de septiembre y 8 de octubre de 2015 en diferentes países de América Latina.

Ante esta evidencia, las cadenas minoristas deberán estar más alerta a las preferencias y comportamientos evidenciados por los clientes, poniendo especial cuidado en aquellos que identifiquen a los prospectos con mayor intención de compras durante la próxima temporada navideña. Será esta la oportunidad apropiada para tratar de comprender mejor a los clientes y alcanzar los más altos índices de ventas posibles, bien fuere a través del Internet o en las tiendas físicas de las empresas minoristas.

Percepción de la situación económica

- El 29% de los encuestados considera que la situación financiera de las familias latinoamericanas es menos satisfactoria que la del año previo.
- El 42% de los respondientes está en desacuerdo con el enunciado “es importante pasar una época agradable en navidad y preocuparse luego por los costos que ello acarrea”
- El 71% de los entrevistados tiene pensado realizar sus compras de navidad solo a partir de la primera semana de diciembre.
- Sin distinción de clase social o país de residencia, los respondientes presentan los mismos hábitos de gasto en lo que respecta a las actividades de investigación de precios adelantadas con anterioridad a la compra efectiva (53%).

Hábitos y preferencias de los consumidores

- A nivel de todos los países latinoamericanos estudiados, sigue habiendo unanimidad en la elección de las prendas de vestir y el calzado como los artículos con mayor probabilidad de ser regalados en navidad.
- A excepción de Brasil, los demás países estudiados consideran las “tiendas por departamento” como el canal de su preferencia para llevar a cabo sus compras de navidad.
- El 39% de los latinoamericanos confiesa sentirse fuertemente influenciado por los medios sociales.
- El 64% de los consumidores que participan activamente en las redes sociales considera la característica de “búsqueda de precios” como la de mayor importancia.
- Cerca del 80% de los latinoamericanos encuestados no piensa viajar al exterior para realizar sus compras navideñas.
- Como la tasa de cambio con el dólar estadounidense continúa incrementándose progresivamente, al preguntárseles por sus planes de viaje al exterior en esta época, el 46% de los latinoamericanos entrevistados afirma que seguirá con sus planes de viajar al exterior, pero que reducirá sus gastos de viaje.

América Latina

Perfil económico de los consumidores durante el período de compras navideñas

¿Cómo será su navidad en 2015, en comparación con la vivida el año previo?

42% tiene intenciones de gastar menos.

39% tiene intenciones de gastar lo mismo.

¿La situación de su familia es mejor que la del año previo?

54% responde positivamente en 2015.

44% respondió positivamente en 2014.

¿En qué piensa gastar su bono salarial de fin de año?

40% en compras de navidad.

32% en el pago de deudas.

¿Cuánto piensa gastar en regalos?

Promedio de gastos totales: US\$ 293.83

Promedio de regalos a dar: 7

¿Cuál es su método de pago preferido?

71% prefiere efectivo.

51% prefiere las tarjetas de crédito.

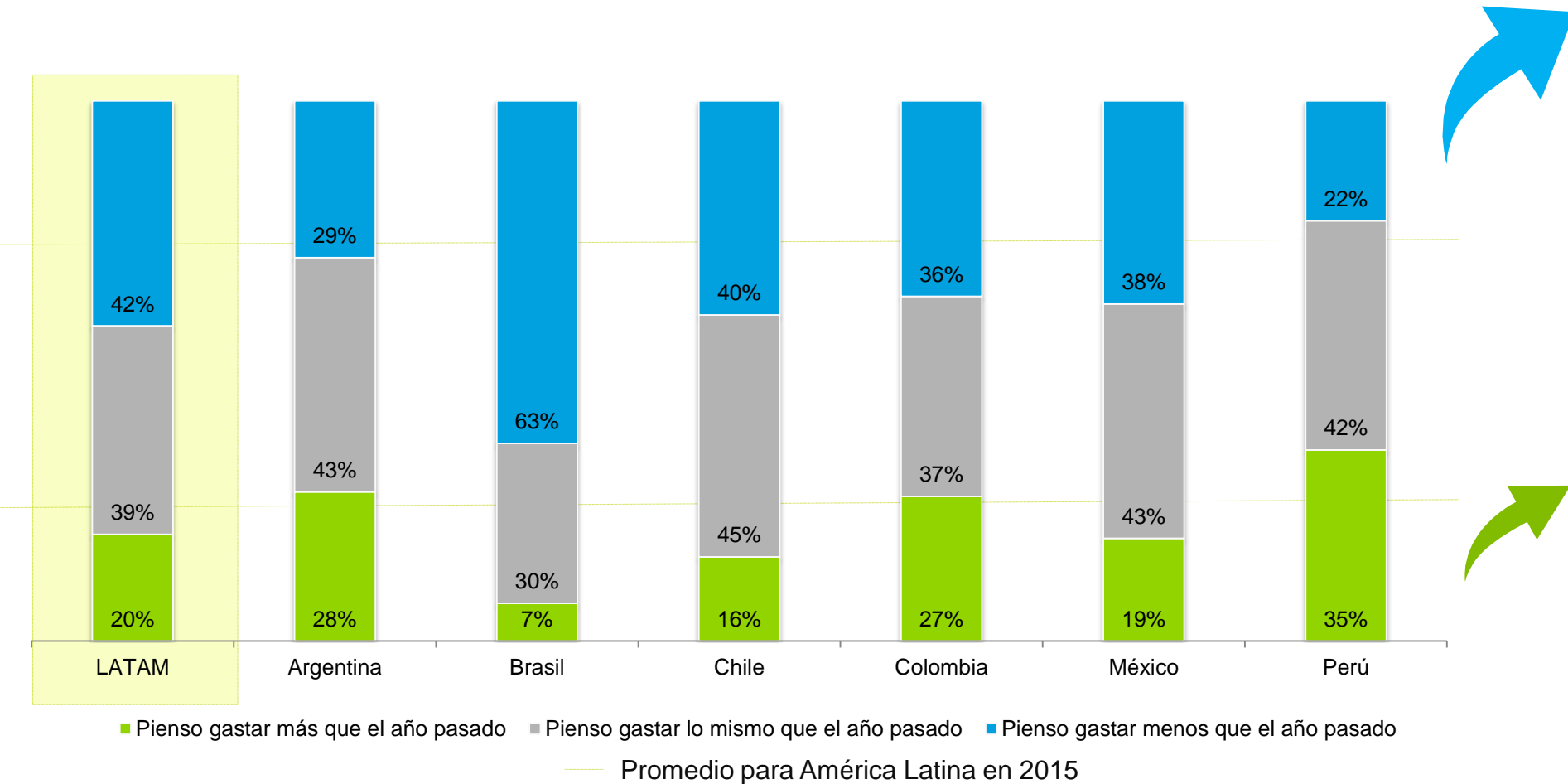
¿En qué fechas tiene pensado realizar sus compras navideñas?

71% piensa iniciar sus actividades de compras navideñas en la primera semana de diciembre.



Los consumidores tienen planeado gastar menos que el año previo

¿Cómo piensa pasar su navidad de 2015, en comparación con la del año previo?



Tres principales motivos para reducir gastos:

1. Pretendo reducir mis deudas y abstenerme de gastar más.
2. Corro el riesgo de perder mi trabajo.
3. Tengo previsto aumentar los gastos de salud de mi familia.

América Latina en 2014
Mayor gasto: 35%
Igual gasto: 42%
Menor gasto: 23%

Situación financiera de las familias latinoamericanas

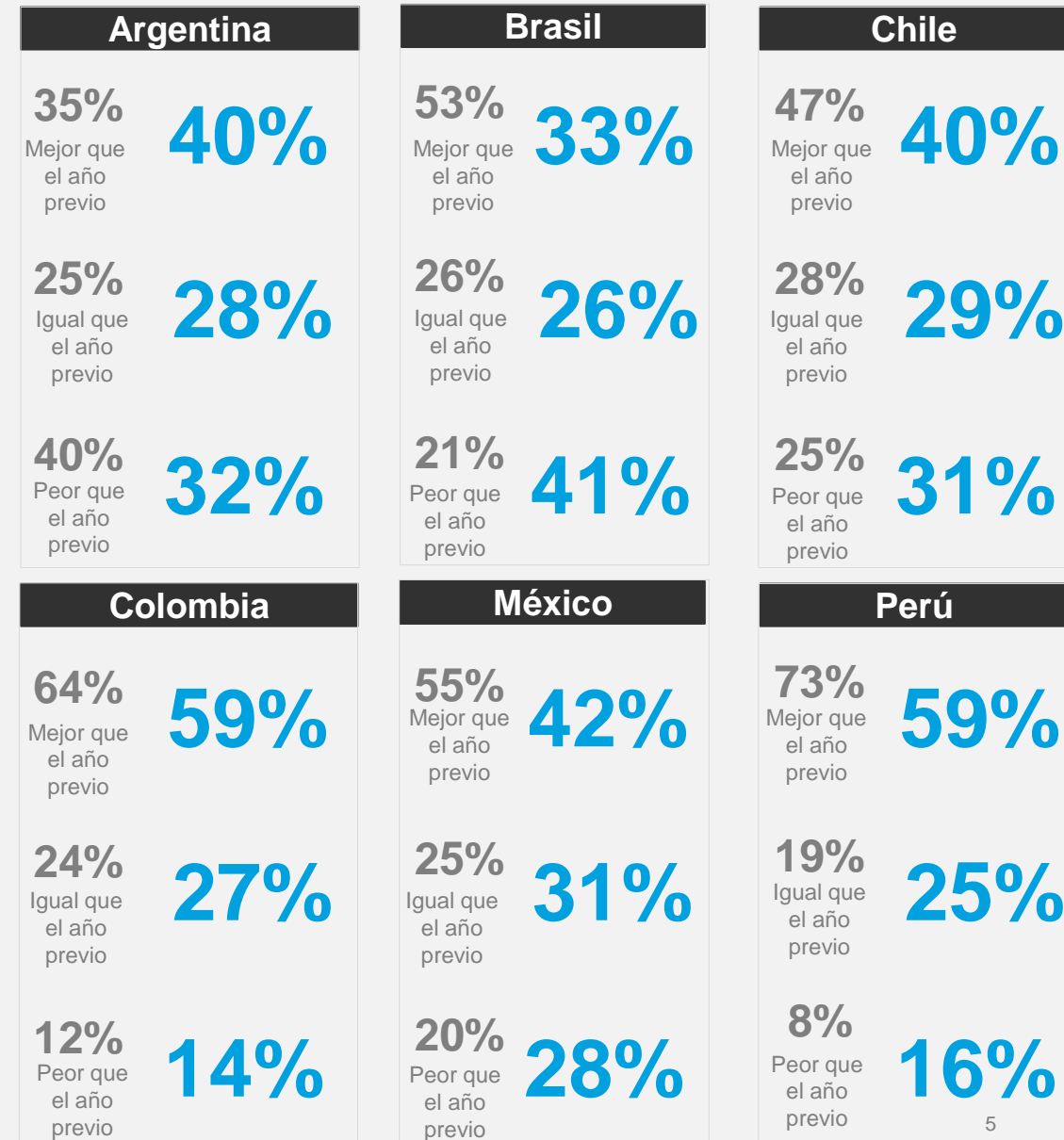
En 2015, la posición financiera de las familias latinoamericanas es...



Como la situación económica familiar en Colombia y Perú parecería seguir una tendencia favorable, la percepción de suficiencia económica en estos dos países se ubica por encima del promedio regional (44%).

La situación financiera de las familias latinoamericanas presenta señales de declive

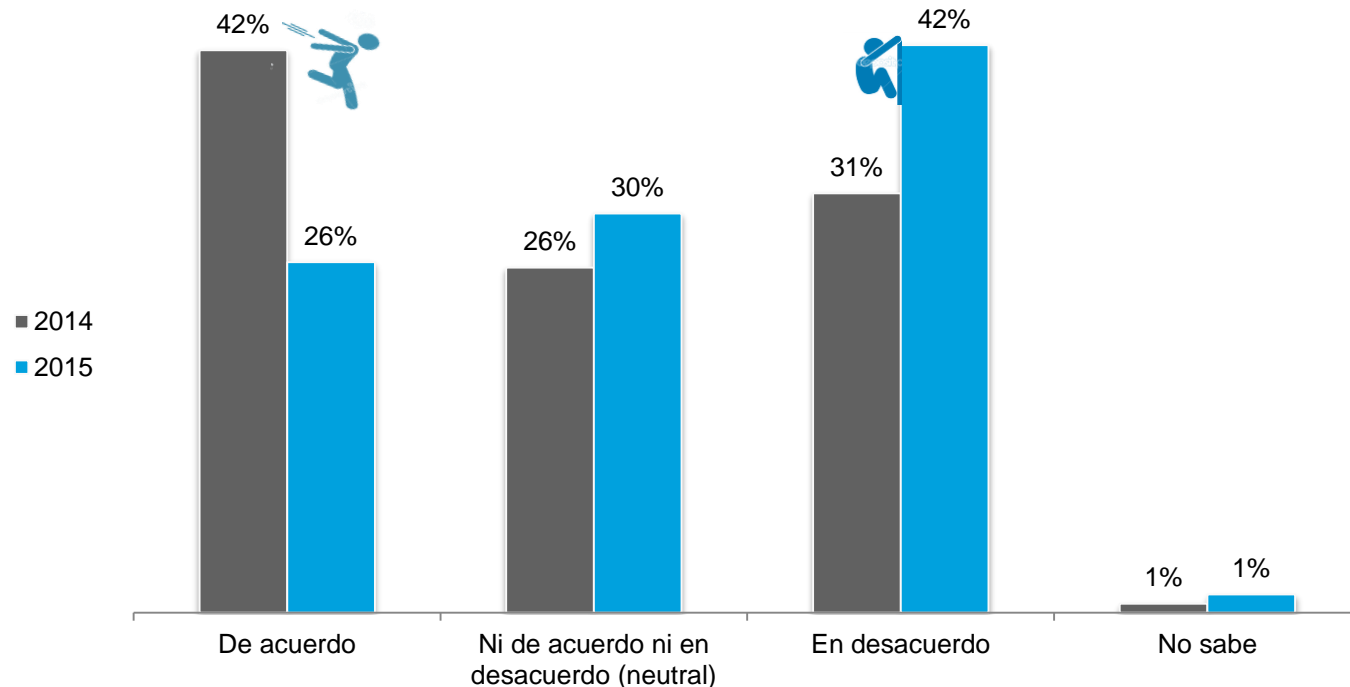
2014
2015



Consumidores más precavidos al momento de administrar el presupuesto del hogar

¿Es importante disfrutar la navidad y luego sí preocuparse por los costos que ello conlleva?

América Latina



De manera consistente, en épocas recientes, los latinoamericanos han demostrado tener mayor consciencia y madurez financiera en lo referente a los gastos asociados a la navidad.

Mientras que el promedio para la región se sitúa en 26%, **los argentinos** son los más proclives a postergar las preocupaciones por los costos ocasionados por la navidad para después de su ocurrencia **40%**.

En contraste, **el 64% de los brasileños** se inclina a estar en desacuerdo con la actitud planteada. A escala regional, el promedio de entrevistados en desacuerdo con el aludido enunciado llega a **42%**.

Percepción por país estudiado...

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú
De acuerdo	40%	15%	27%	22%	29%	33%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37%	19%	34%	35%	30%	40%
En desacuerdo (neutral)	21%	64%	38%	42%	40%	26%
No sabe	2%	2%	1%	1%	1%	1%

Las prendas de vestir y el calzado siguen siendo, por unanimidad, los regalos preferidos por los latinoamericanos para dar en navidad.



Usted tiene planeado comprar...

Prioridades para los latinoamericanos



Prioridades para sus compras de navidad en 2015

- 46% Cena navideña y de año nuevo
- 29% Vestuario
- 25% Regalos

Los latinoamericanos realizarán sus compras navideñas en:



Compras en tiendas físicas

- 69% Vestuario
- 62% Calzado
- 59% Cosméticos



Compras por Internet

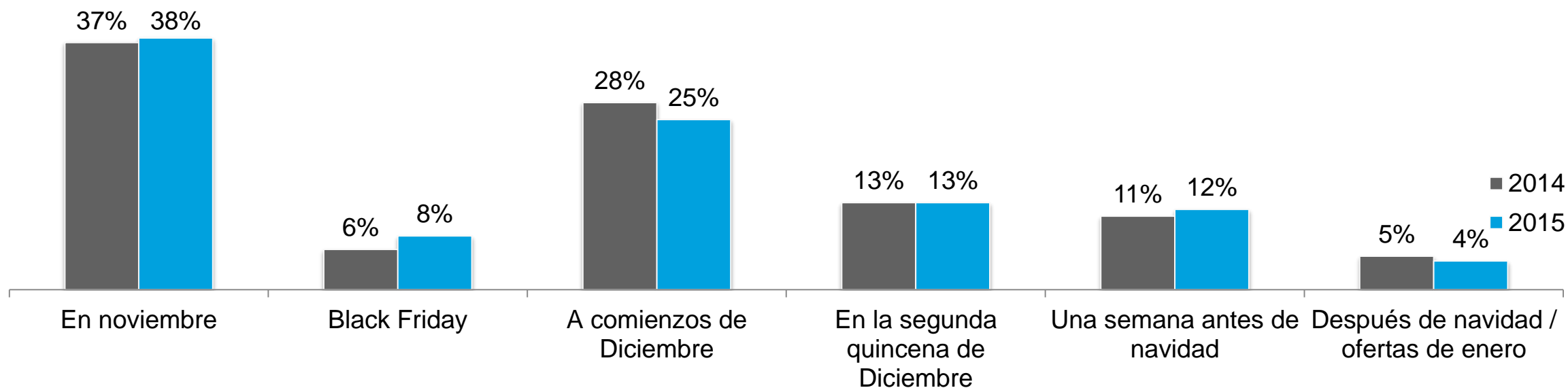
- 20% Electrónicos portátiles
- 19% Libros
- 18% Videojuegos

A excepción de Brasil, que registra apenas el 26% de respondientes inclinados a dar alta prioridad a los gastos asociados a la cena navideña, la región muestra un promedio global de 46% (todos los demás países estudiados registran más de 50% de respondientes con intención de realizar gastos inherentes a la cena navideña).

¿Cuánto tiene planeado gastar en regalos esta navidad?

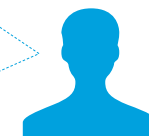
		2014 Valor gastado	2015 Valor a gastar
Gasto total en regalos		US\$ 277.55	US\$ 293.83
Número de regalos		7 	7 
Precio promedio de cada regalo		US\$ 40.67	US\$ 41.12

¿Cuándo piensa realizar sus compras de navidad?



El 71% de los respondientes tiene planeado realizar sus compras de navidad antes o durante la primera semana de diciembre.

Acerca de Brasil: La encuesta resaltó el hecho de que el número de respondientes que aprovechan las promociones de Black Friday para adquirir los regalos de navidad se duplicó con respecto al año previo, de 10% a 20%..



Comportamiento de los consumidores

Sin distinción de clase social o país de residencia, los encuestados reflejaron los mismos hábitos de gasto en torno de **las investigaciones previas a la compra efectiva (53%)**.

	América Latina	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú
Estoy investigando más antes de comprar el producto	53%	55%	52%	58%	48%	55%	49%
Estoy comprando menos	38%	38%	46%	42%	33%	44%	22%
Estoy comprando más en tiendas de descuento y mayoristas	38%	42%	20%	41%	54%	39%	48%
Estoy comparando en diversos sitios virtuales	33%	34%	40%	33%	28%	31%	27%
Estoy comprando más	26%	26%	24%	21%	28%	18%	40%

Aspectos destacados:

Brasil: El 46% de los brasileños está comprando menos este año, mientras que el promedio para la región se sitúa en 38%.

Colombia: El 54% de los colombianos está comprando más en tiendas de descuento y mayoristas.

Perú: Los peruanos están comprando más (40%) que el promedio regional (26%).



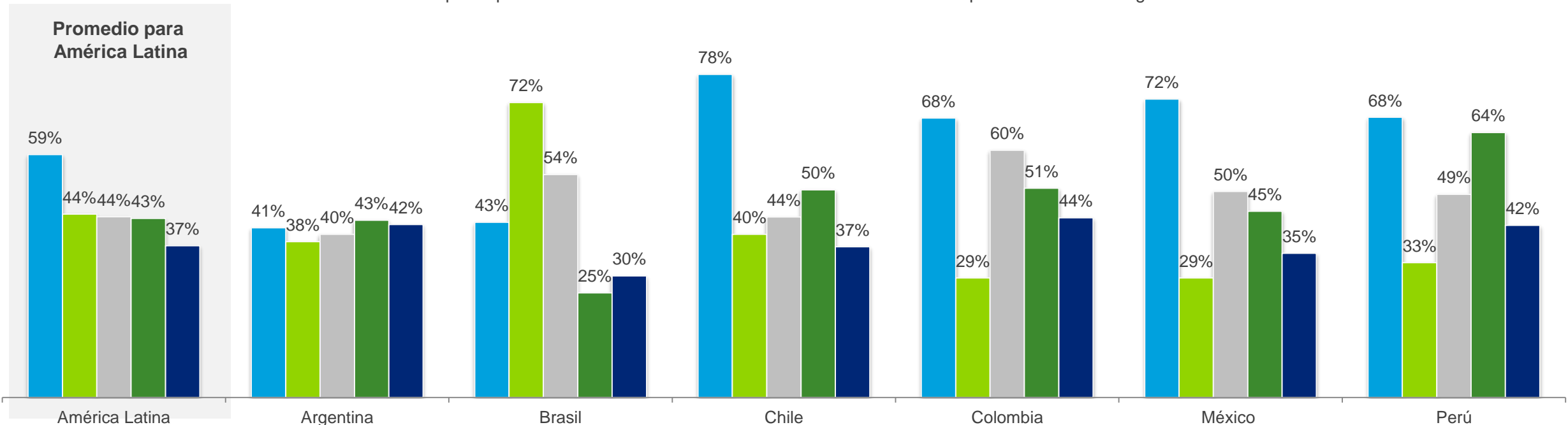
A excepción de Brasil, los demás países encuestados eligieron las “tiendas por departamentos” como su canal preferido para las compras de navidad.



Los cinco canales de compras preferidos por los Latinoamericanos

Pregunta: ¿A través de qué tipo de canal tiene usted planeado realizar sus compras de navidad este año? (elección múltiple)

■ Tiendas por departamentos ■ Internet ■ Centros comerciales ■ Supermercados ■ Jugueterías



Aspectos destacados:

- **Brasil** eligió Internet como su canal de compras preferido (72%).
- **Argentina** es el país que más diversifica sus preferencias en torno a los canales de compras.
- **Los “Supermercados”** fueron elegidos como el canal de compras preferido de un número significativo de peruanos (64%), colombianos (51%), chilenos (50%) y mexicanos (45%), mientras que el promedio para la región se fijó en 43%.





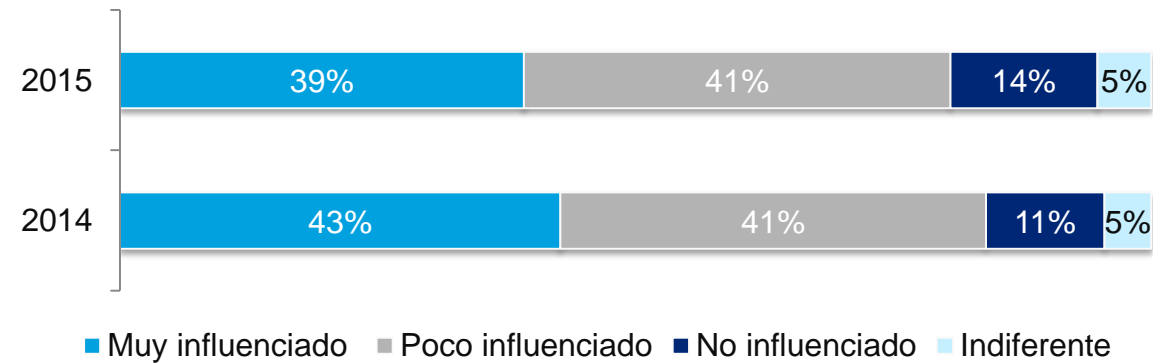
Medios sociales

Para reflexionar:
 La lectura de opiniones y/o recomendaciones de productos y compras se está convirtiendo en un hábito de creciente popularidad entre los consumidores latinoamericanos.

Los consumidores usan los medios sociales para...	En 2014	En 2015
Verificar precios	49%	64%
Leer las opiniones o recomendaciones de productos y compras	43%	59%
Obtener ideas sobre regalos	37%	52%
Enviar comentarios o compartir vínculos a tiendas y/o productos	11%	13%
Otros propósitos	1%	2%

*Elección Múltiple.

¿Han influenciado los medios sociales sus decisiones de compra?

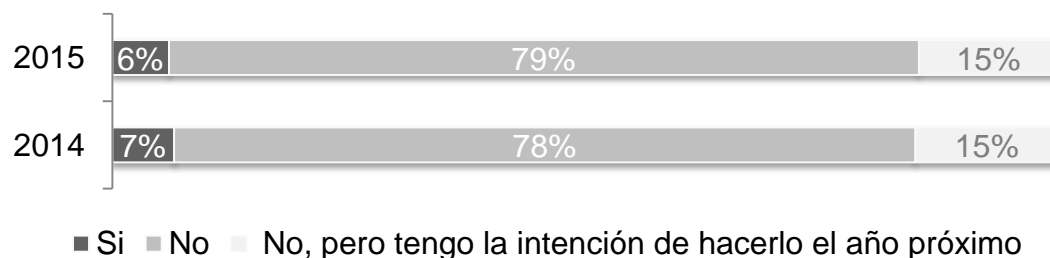


El dólar estadounidense y los viajes al exterior

- Como el valor del dólar estadounidense ha aumentado progresivamente, cuando se piensa en viajar al exterior, el 46% de los latinoamericanos encuestados mantiene sus intenciones de viaje, aunque piensa reducir los gastos inherentes.
- El 29% de los respondientes indicó que el gasto en el exterior seguirá siendo el mismo.
- El 32% de los entrevistados afirmó que mantendrá sus planes de viaje al exterior en la época de navidad porque tuvo la oportunidad de adquirir dólares estadounidenses a buen precio, a pesar de la acentuada devaluación de las monedas locales respecto de la divisa estadounidense.



¿Tiene planeado viajar al exterior para realizar sus compras de navidad?



Si tiene planeado viajar al exterior en 2016, ¿cuál es el motivo de su viaje?	%
Disfrutar las vacaciones y festividades	58%
Precios	48%
Comprar en el extranjero artículos que no encuentro en mi país	25%
Marcas	25%
Tendencias	20%

Colombia: principales hallazgos

Percepción de la situación económica

- El 86% de los encuestados considera que los medios sociales influyen las compras navideñas.
- El 52% utiliza la prima o las bonificaciones de fin de año para compras navideñas, el resto paga deuda o ahorra
- En un 42% la gente piensa más en los costos que en pasar bien la Navidad.
- En un 51% y 49%, la prioridad de la gente es la cena de Navidad y regalos respectivamente. Lo menos prioritario serían celulares y electrónicos para este año.
- El promedio de compras de regalos en Colombia es de 8 por familia, uno más con respecto al 2014.
- El gasto promedio de regalos en navidad es de US381 vs 329 del 2014.
- El 83% realiza sus compras pagando en efectivo.
- El 76% le gustaría recibir regalos de navidad en ropa y calzado

Contactos

Colombia

Jorge Múnera

Socio Líder de la industria de Consumo Masivo

jmunera@deloitte.com

Perú

Francisco Revelo

Socio Líder de la industria de Consumo Masivo

frevelo@deloitte.com