

Comunicado de prensa

El 77% de los latinoamericanos va a gastar lo mismo o más que en la del año pasado en esta Navidad

- El 55% de los colombianos manifestó sentirse seguro en su trabajo, por lo que el 38% va a gastar más en las compras navideñas que en 2013, aunque el 36% va a gastar lo mismo.
- El 45% de los consumidores latinoamericanos usarán su bono salarial de fin de año para comprar un aproximado de ocho regalos, por un valor de 50 dólares cada uno.
- Las tiendas por departamento y el Internet son los lugares predilectos para realizar las compras navideñas. Los centros comerciales pierden terreno durante este año.

Bogotá, diciembre de 2014 – Los consumidores latinoamericanos vivirán la Navidad por todo lo alto, sin escatimar en gastos para los regalos. Así lo muestra la encuesta de Deloitte, en la que se consultó a 3.500 latinoamericanos, representantes de Colombia, Argentina, Brasil, Chile, Perú y México, sobre sus preferencias en las compras navideñas. El 77% de los encuestados espera gastar lo mismo o más que el año pasado, y, en general, son optimistas de las economías de sus países.

Este año, el 54% de los encuestados respondió que su situación económica ha mejorado con respecto al año anterior, y el mismo porcentaje manifestó sentirse estable en su trabajo. Al analizar los resultados por países, Argentina genera preocupación, pues el 40% considera que su situación ha empeorado en comparación con 2013. El 64% de los colombianos y el 73% de los peruanos, por el contrario, afirmaron estar mejor económicamente que en 2013.

A diferencia del resto de los países, Perú y Colombia se mantienen positivos sobre el crecimiento de la economía en sus países. Si bien el 55% de los



latinoamericanos considera que sus economías se estancarán, el 81% de los peruanos y el 67% de los colombianos apuntan hacia la estabilidad y el progreso.

Al preguntarles sobre el tipo de productos que planean comprar durante esta Navidad, el 41% optará por ropa y calzado, un 26% preferirá los aparatos electrónicos portables como teléfonos inteligentes, tabletas y computadores; mientras que tan solo un 9% comprará cosméticos, perfumes y artículos de cuidado personal.

Colombia se destaca en la región

Colombia tuvo una participación en el estudio del 14%, al igual que el resto de los países, a excepción de Brasil, que tuvo una aparición del 30%. El 55% de los colombianos manifestó sentirse seguro en su trabajo, razón que puede justificar que el 38% vaya a gastar más en las compras navideñas que en 2013, aunque el 36% vaya a gastar lo mismo.

El 59% de los colombianos destina su tercer salario, correspondiente a la prima de fin de año, para las compras navideñas. El 64% afirmó estar en una mejor situación económica que en 2013, mientras que el 24% declaró estar igual; y el 12%, en peor condición.

Después de Perú, Colombia es el país latinoamericano con la estimación más positiva sobre el crecimiento y la estabilidad de su economía, y el que más dinero proyecta gastar en compras navideñas.

Tendencias en los hábitos de consumo

El 45% de los encuestados habrían adelantado las compras navideñas para la última semana de noviembre, cuando, históricamente, esto ocurría a mitad de diciembre.

“Los consumidores siguen buscando precios bajos, especialmente ofertas de tiendas minoristas, tanto en sus locales físicos, como en Internet”, señala Juan Carlos Sánchez, socio líder de la industria de Consumo Masivo de Deloitte Colombia.

Los consumidores planean comprar un aproximado de ocho regalos, el mismo número que en 2013, aunque el gasto se incrementará en un 13% este año, con un valor estimado de 50 dólares por cada presente, para un gasto total de 453.90 dólares.



El dinero en efectivo sigue liderando los métodos de pago, preferido por el 75% de los consultados. Sin embargo, en países como Chile, el 68% utiliza tarjetas ofrecidas por las tiendas minoristas; y Brasil (68%) y Argentina (72%) emplean tarjeta de crédito.

Tiendas Vs. Internet

Las tiendas por departamento, el Internet y los centros comerciales son los principales lugares de compra. El 57% de los consumidores escoge las tiendas por departamento, mientras que el 48% utiliza el Internet para realizar sus compras, cifra que sobrepasa la asistencia a centros comerciales que se ubica en el 43%, lo cual no había ocurrido en los dos últimos años.

Los consumidores visitan las tiendas físicas para vivir una experiencia integral de compra, mirar los productos y llevárselos en ese mismo momento. Quienes prefieren Internet, destacan las ofertas y la variedad en productos.

Uno de los resultados más significativos de la encuesta ha sido la importancia que han adquirido las redes sociales sobre la decisión de compra del consumidor latinoamericano. El 84% afirmó que las redes sociales ejercen influencia directa sobre sus compras navideñas, mientras que un 49% las utiliza para buscar ofertas y el 31% para leer reseñas e investigar sobre marcas y tiendas.

Acerca de la encuesta

La encuesta de Deloitte incluyó a 3.500 residentes de Brasil, México, Perú, Chile, Argentina y Colombia. Se concluyó en línea por una compañía independiente de investigación durante la semana del 7 al 15 de octubre de este año. Con respecto al género, 50% fueron mujeres y 50%, hombres. Los principales grupos de edades son de 18 a 29 años; con 36% de participación; y de 30 a 44 años, con 37%.

Más información:

vmercadeo@deloitte.com

Acerca de Deloitte

En el presente comunicado, el término "Deloitte" hace referencia a una o más firmas que conforman Deloitte ToucheTohmatsu Limited, una empresa privada con sede en el Reino Unido, constituida como sociedad limitada para efectos de garantía, y su red de firmas miembro, cada una de ellas una entidad legalmente autónoma e independiente. Si desea obtener una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte ToucheTohmatsu Limited y sus firmas miembro, visite el sitio www.deloitte.com/about.

Deloitte presta servicios de auditoría, administración tributaria, consultoría y asesoría financiera a clientes de los sectores público y privado, a nivel de múltiples industrias. Con una red global conectada de firmas que operan en más de 150 países alrededor del planeta, Deloitte aporta funcionalidades de clase mundial y servicios de alta calidad a sus clientes, proporcionándoles los conocimientos y percepciones que éstos requieren para superar sus más complejos desafíos de negocios. Los más de 200,000 profesionales que conforman la plantilla global de Deloitte están plenamente comprometidos con los esfuerzos de la compañía por convertirse en el paradigma de la excelencia.