

Informe Encuesta de Navidad 2022 – CNC

Navidad es la fecha más importante para el comercio minorista, donde históricamente se puede ver que diciembre acumula el 13% de las ventas anuales del retail y supera en cerca de un 40% las ventas de un mes normal.

Este 2022, ante un escenario económico más complicado, y tras las históricas ventas del 2021 producto de la gran liquidez que reinaba gracias a los retiros y ayudas fiscales, se espera una contracción en el sector en torno entre un 20% y un 25% en el mes de diciembre al comprar con el año pasado. Hoy estamos frente a un consumidor que ha visto afectado su poder adquisitivo dado la mayor inflación y su efecto en los salarios reales, a la vez es un consumidor que se encuentra con altos niveles de pesimismo y sobre todo con alta incertidumbre sobre la situación económica del país. Bajo este escenario, enfrentamos este año a un consumidor con una situación económica más compleja, que gastará menos, buscará mejores precios y se inclinará por aquellos canales que le ofrezcan mejores condiciones.

Para conocer el comportamiento y disposición de compras para esta Navidad la Cámara Nacional de Comercio, a través de su Departamento de Estudios, realizó una encuesta a 631 consumidores de Santiago y Regiones. El trabajo de campo fue realizado por Kawesqar Lab y los datos fueron ponderados según su peso en la población según las siguientes variables, sexo/edad/nivel socioeconómico/zona (Santiago-regiones), con un error muestral de 4,2% a un intervalo de confianza de 95%.

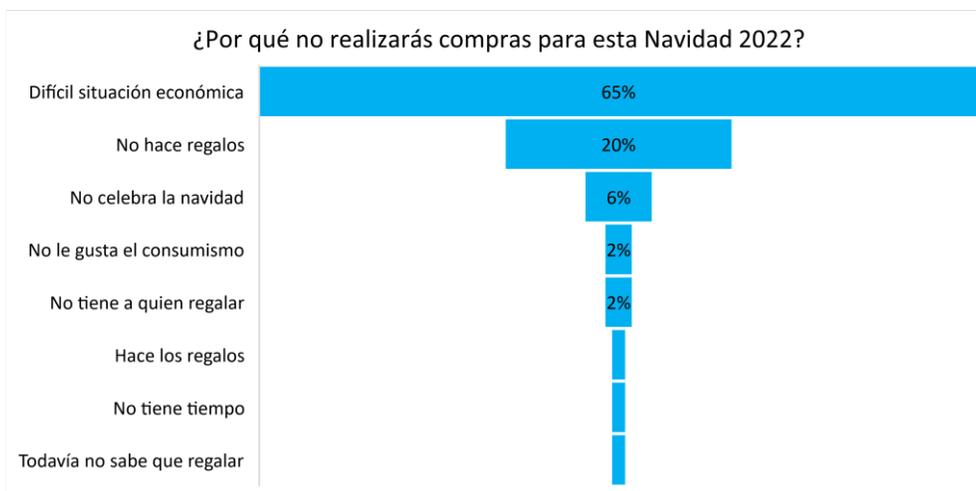
Perfil de la muestra:

Perfil muestral: 631 casos		
SEXO	Hombre	47%
	Mujer	53%
EDAD	18 a 30 años	29%
	31 a 45 años	34%
	46 o más años	37%
ZONA	RM	56%
	REGIONES II, IV y V	22%
	REGIONES VI, VIII y IX	22%

¿Hará compras estas Navidad?

De los 631 encuestados un 86% admitió que comprará regalos en esta navidad, grupo sin mayores diferencias según sexo ni edad, pero sí se ven diferencias según nivel socioeconómico (NSE), donde un 93% del grupo C1C2 afirma que comprará regalos mientras que en el grupo C3D baja este porcentaje al 79%.

Al indagar en las razones de aquellos que no harán compras esta navidad, destaca la difícil situación económica para el 65% de los casos, seguido de un 20% que dice que en general no hace regalos de navidad.

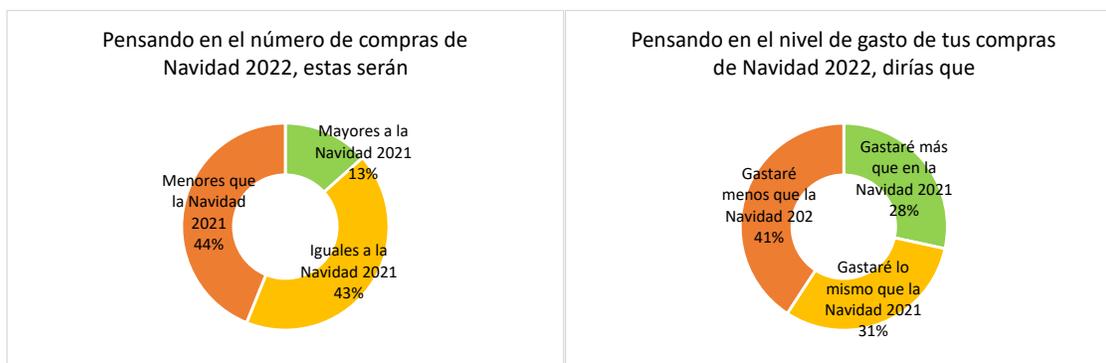


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Principales resultados de quienes hacen compras navideñas

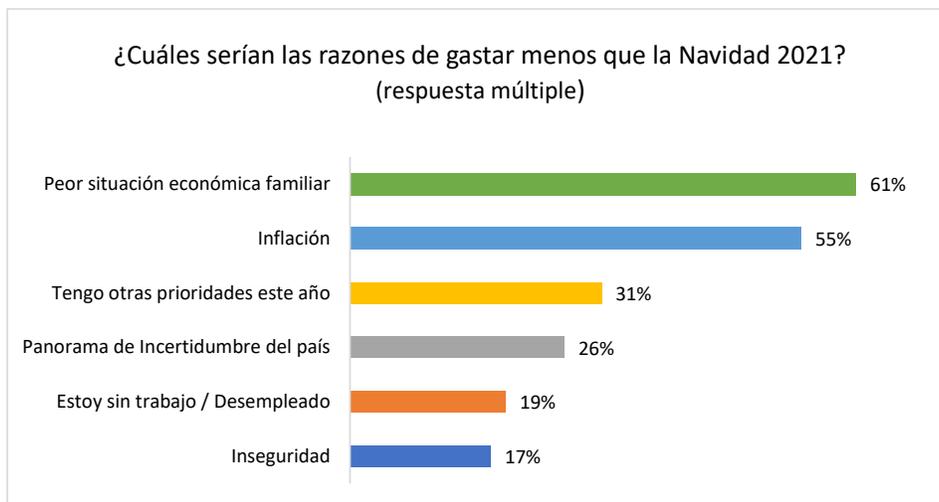
Respecto al grupo que sí hará compras, un 43% cree que el número de compras será similar al año pasado y un 44% cree que comprará menos cantidad, porcentaje que alcanza un 50% en el caso de las mujeres y solo un 13% dice que comprará más regalos este año.

Por su parte, en cuanto al gasto incurrido (valor monetario), un 41% dice que gastará menos esta Navidad, también destacando las mujeres con un 46%, y un 31% piensa tener un gasto similar al año pasado, otro 28% dice que gastará más que en 2021, en parte por los mayores precios.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Las principales razones para un menor gasto (respuesta múltiple) son la situación económica familiar (61%) y la inflación (55%). También destaca cerca de un tercio de los encuestados que gastará menos por tener otras prioridades este año. Se ven diferencias por sexo, donde un 24% de las mujeres dice estar sin trabajo y en el caso de los hombres un 65% menciona la inflación y un 23%, la inseguridad. Destaca también Santiago versus regiones donde un 23% dice estar sin trabajo en la capital, alcanzando un 14% en regiones.



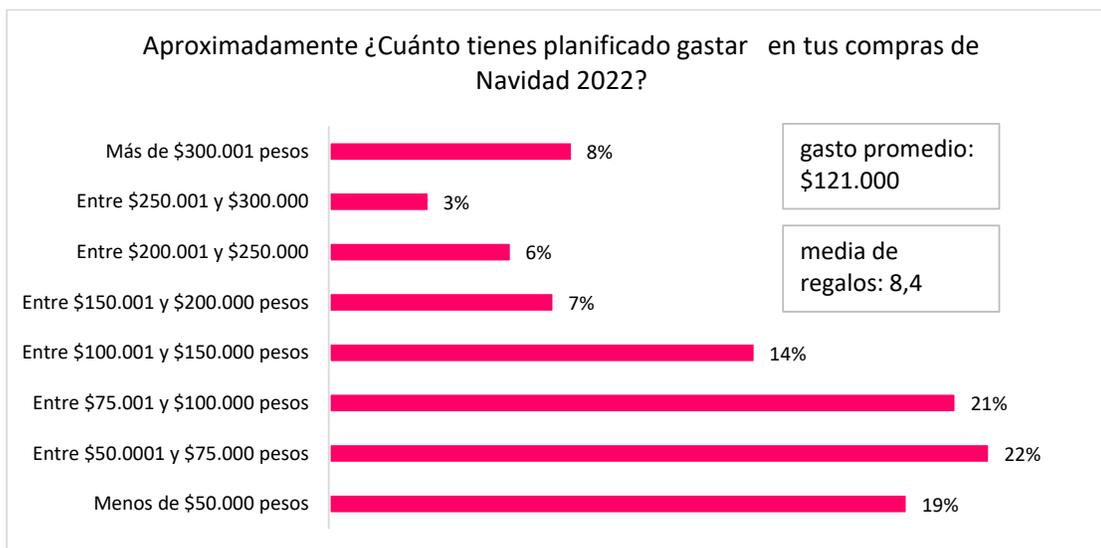
Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cuanto al monto que se pretende gastar, se alcanza un promedio ponderado de \$121 mil con una media de 8,4 regalos por encuestado. En el caso de las mujeres la media de regalos es 9,4 y en los hombres es 7,3.

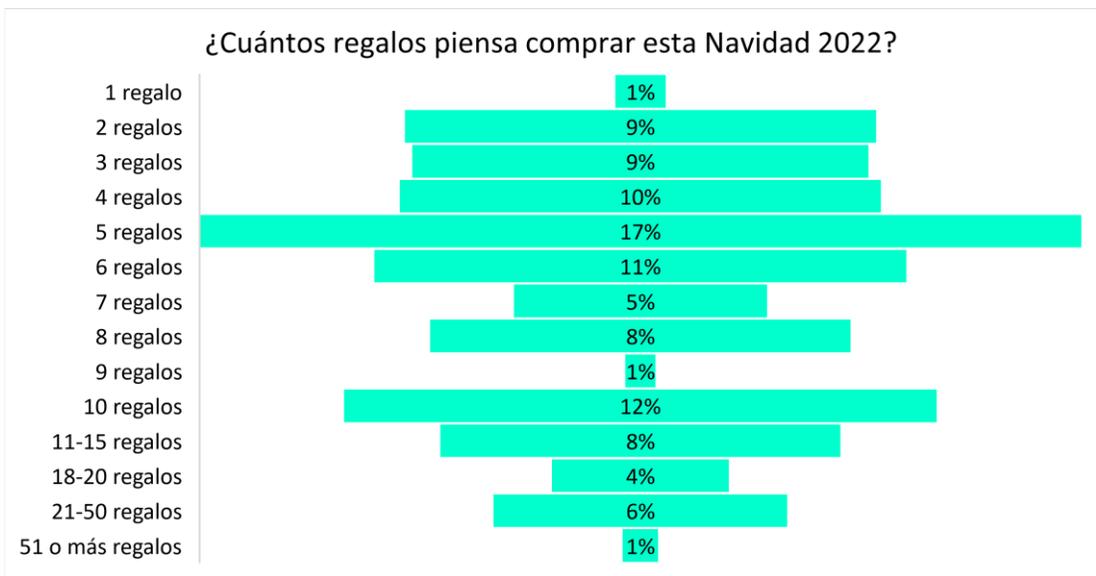
Un 43% de los encuestados se ubican en un gasto total que va de los \$50 mil a los \$100 mil, un 14% entre \$100 mil y \$150 mil y en el extremo alto hay un 8% que gastará sobre \$300 mil, destacando los hombres con un 13%, mientras que las mujeres solo un 3% gastaría sobre \$300 mil.

Por NSE también se ven diferencias, donde un 48% dice que gastará menos de \$75 mil versus un 26% el nivel C1C2.

Un 38% comprará entre 4 y 5 regalos y un 30% compra más de 10 regalos. Se estima de esta manera un gasto promedio por regalo de \$14.300.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

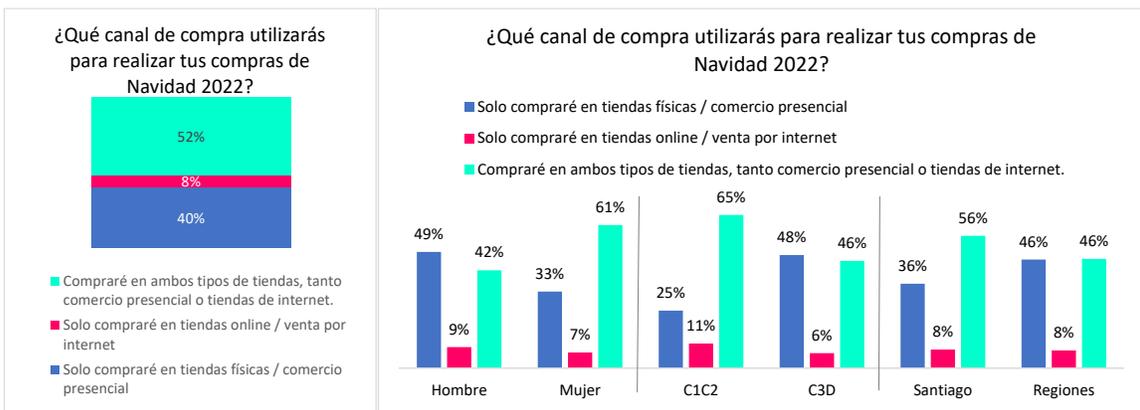


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Canales de compra

Respeto al canal de compra, los resultados dan cuenta de la importancia que siguen teniendo las tiendas físicas, sin perjuicio que se complemente también con el canal digital. Un 40% de los encuestados dice que solo comprará en tiendas físicas y un 52% usará ambos canales, solo un 8% usará solo el canal online.

Se ven diferencias por sexo, donde un 49% de los hombres solo comprará en tiendas físicas versus un 33% de las mujeres, donde un 61% de ellas dice que usará ambos canales. No hay mayores diferencias por edad, pero sí por NSE, donde en el caso del grupo C3D un 48% comprará solo en tiendas físicas versus C1C2 donde un 25% solo usará tiendas físicas y un 65% usará ambos canales.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cuanto al detalle de los canales de compra (respuesta múltiple), un 71% de los encuestados dice que irá a tiendas físicas en centros comerciales o malls, luego un 41% menciona que comprará de manera online en grandes tiendas, un 39% en tiendas físicas de la calle o barrio comercial, 34% en emprendimientos en ferias navideñas y un 28% en supermercados de manera física. Destacan también las ferias libres y los Marketplace con 23% y 20% cada uno. El promedio de canales mencionados por encuestado es 3,3.

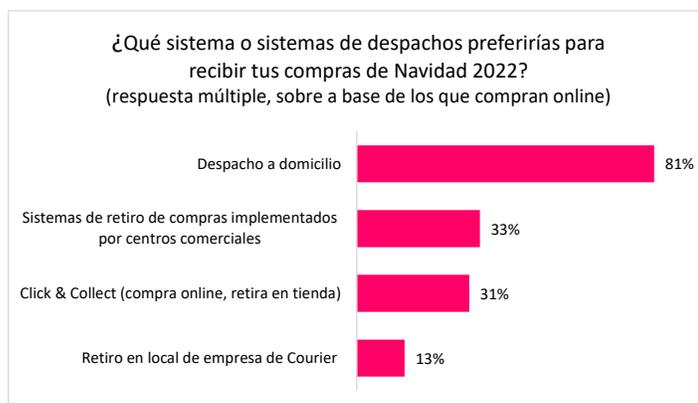
Se ven algunas diferencias según sexo, donde las mujeres tienen una mayor propensión a comprar en redes sociales que los hombres, también en los emprendimientos navideños y el comercio ambulante.

Un 13% menciona que comprará en el comercio ambulante, donde la principal razón para hacerlo, con un 39%, es por los bajos precios, seguido por la variedad de productos con un 23%.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

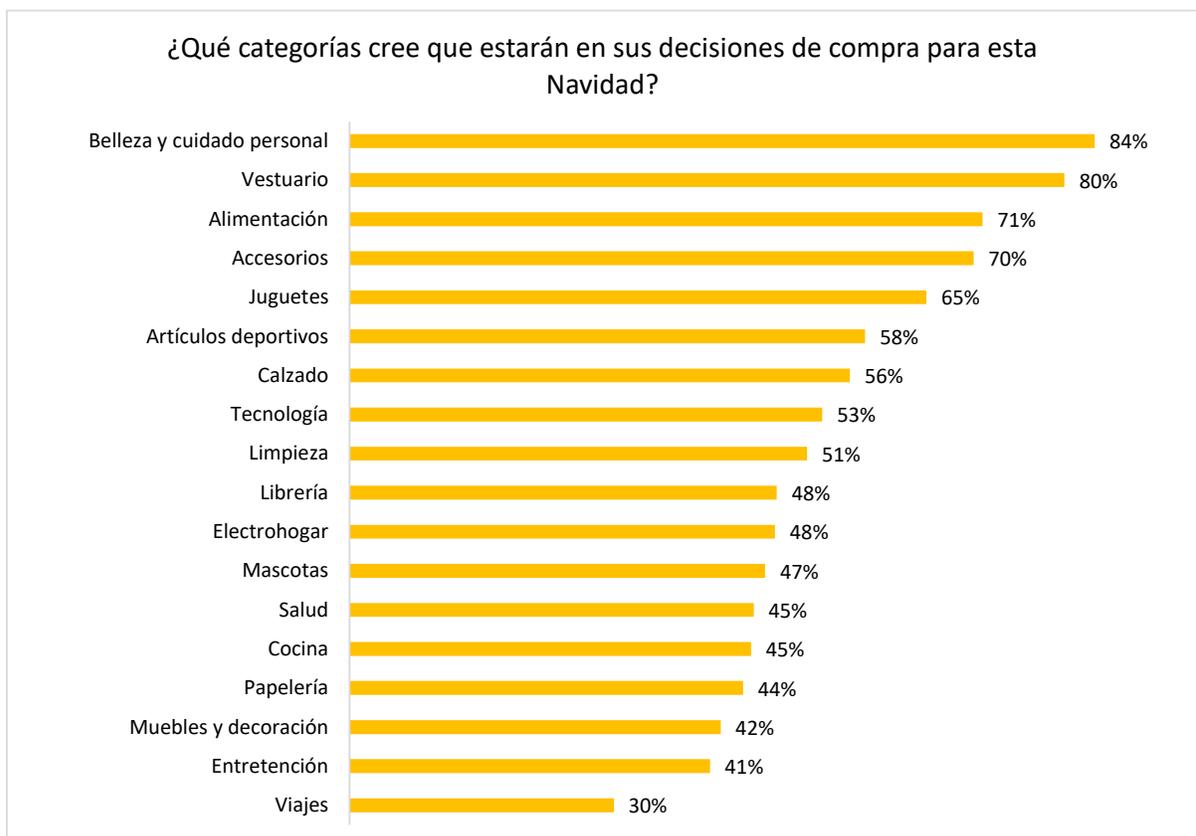
Respecto de las compras online (respuesta múltiple), se ve una alta preferencia por el despacho a domicilio (81%), alcanzando 87% en Santiago versus 71% en regiones, seguido por un 33% que prefiere retirar en los sistemas establecidos en los centros comerciales, llegando a 40% en el caso de los hombres. Un 31% elige el click and collect (retiro en tienda) y un 13% retira en oficinas de Courier, alcanzando este último un 20% en regiones y un 8% en Santiago.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Categorías

Las categorías más demandadas en esta Navidad (respuesta múltiple) serán belleza y cuidado personal, con un 84% de encuestados que cree que comprará en esta categoría, luego vestuario con un 80%, alimentación con 71%, accesorios con 70%, juguetes con un 65% y artículos deportivos con un 58% de las preferencias. Le siguen calzado y tecnología con un 56% y 53% respectivamente.



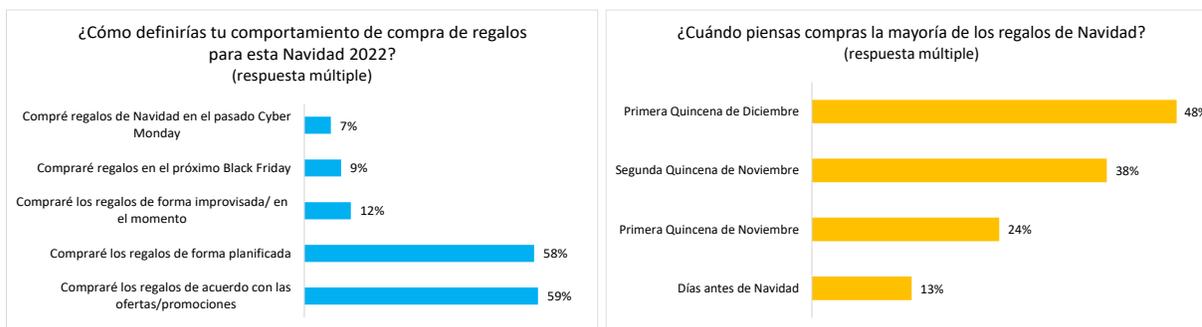
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Comportamiento de compra

Se les preguntó a los encuestados por sus tiempos y comportamiento en las compras navideñas (respuesta múltiple). De esta manera se puede ver que un 59% de ellos comprará de acuerdo con ofertas y promociones, llegando a un 65% en el caso de las mujeres, dando cuenta de la importancia de buscar un mejor precio, luego un 58% menciona que compra de forma planificada sus regalos, marcando un 67% los hombres en esta opción y un 50% las mujeres. Luego, solo un 12% lo hace de forma improvisada. Por su parte, un 7% aprovechó el cyber y un 9% aprovechará el Black Friday para compras navideñas.

En cuanto a los tiempos (respuesta múltiple) un 48% piensa comprar en la primera quincena de diciembre y un 38% en la segunda de noviembre. Un 24% menciona la primera quincena de noviembre y hay también un 13% que compra días antes de Navidad.

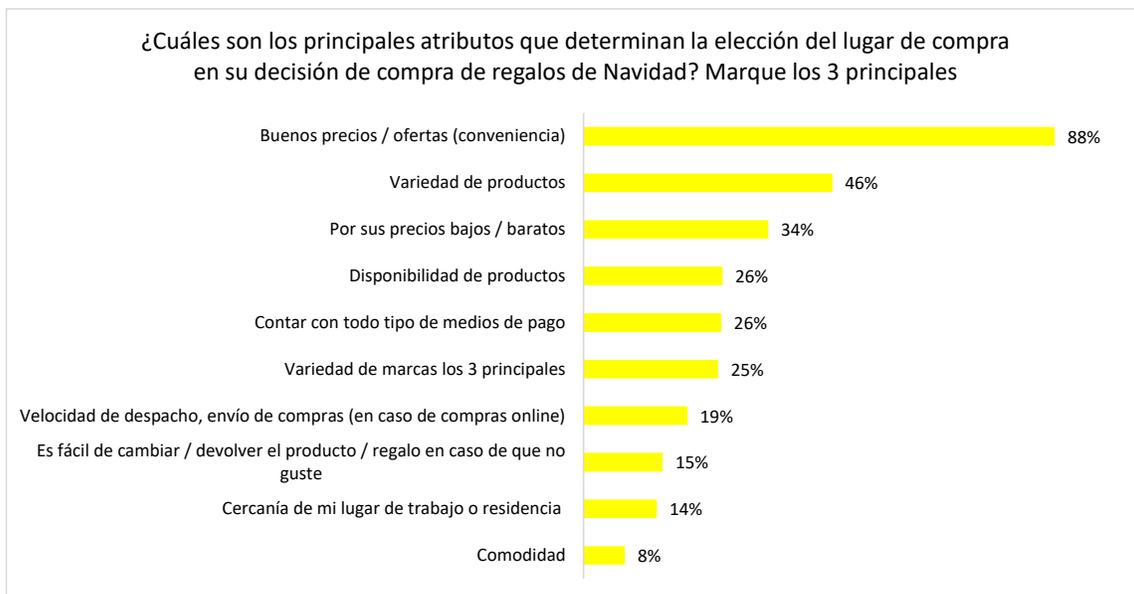
Un 45% dice que no recibe aguinaldo y un 26% aun no lo sabía al momento de la encuesta, mientras que un 28% menciona que sí recibe. En el caso de las mujeres un 55% no recibe aguinaldo versus un 35% de los hombres. Respecto al aguinaldo, este es muy importante para el 69% de los encuestados.



Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cuanto a los atributos más buscados a la hora de hacer compras navideñas (respuesta múltiple de 3 elecciones), un 88% se inclina por buscar buenos precios y ofertas, de lejos le sigue con un 46% la variedad y un 34% busca que los productos sean baratos. Luego viene la disponibilidad, el contar con todo medio de pago y la variedad de marcas, todos atributos mencionados por un cuarto de los encuestados. En el otro extremo la comodidad es el atributo menos mencionado (8%).

Destacan los hombres donde un 36% busca variedad de marcas versus 15% de las mujeres, este atributo también destaca más en regiones que en Santiago.

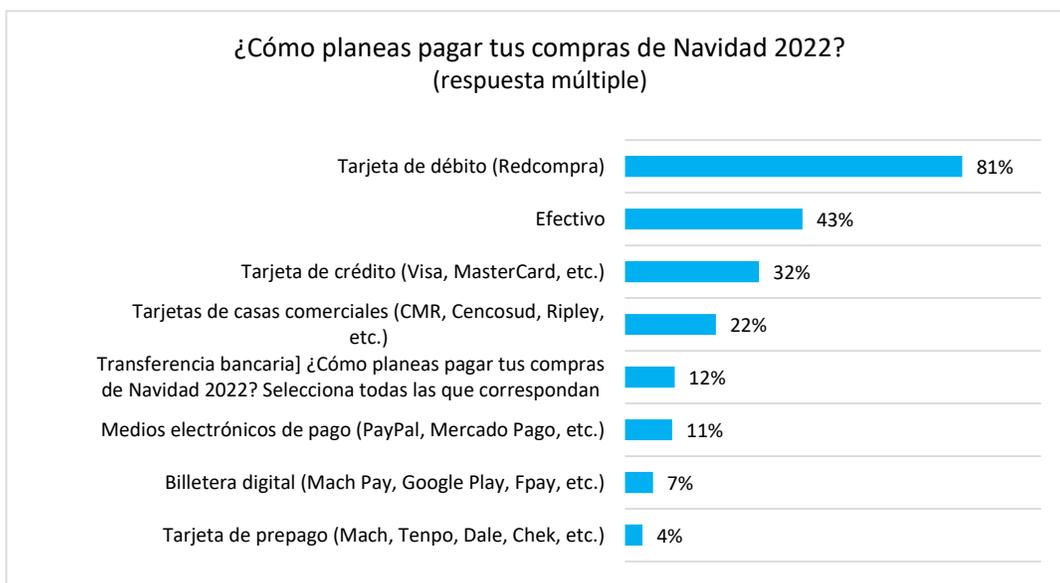


Fuente: Departamento de Estudios CNC

Medios de pago

Respecto a los medios de pago destaca la tarjeta de débito, donde un 81% planea pagar sus compras con ella, luego un 43% menciona el efectivo, un 32% la tarjeta de crédito y un 22% las tarjetas de casas comerciales, con un promedio de dos medios de pago por encuestado. Según sexo, no se ven mayores diferencias, luego por NSE destaca el uso de efectivo en el C3D con un 48% y también en regiones con un 48%.

Un 7% dice que no se preocupa de recibir su boleta cuando compra de manera física, mientras que un 10% no lo hace al comprar de manera online. Las mujeres tienden más a pedir la boleta que los hombres en las compras físicas.



Fuente: Departamento de Estudios CNC