





SALE

SALE

70% OFF\*

SALE

# Contenidos

Metodología	04
Resultados más relevantes	06
Economía y gastos	07
Canales y tiendas	14
Regalos	18
Medios Sociales	23
Contactos	25

# Metodología

La encuesta Navidad 2019 fue diseñada por Deloitte y aplicada en Chile de manera online, a través de una empresa especializada en investigación.

El objetivo del estudio es revelar las principales tendencias de los consumidores en las compras navideñas cada año.

El primer cuestionario fue aplicado durante octubre de 2019. Posteriormente, se realizó un levantamiento de información tras la crisis social desarrollada en Chile durante las últimas semanas. Para este diagnóstico se consideró únicamente la sección de percepción de economía e intención de gasto del capítulo de economía y gastos.

En ambas etapas participaron más de 1.000 personas, distribuidas de acuerdo a la población online del país (mayores de 16 años), en relación a las siguientes variables: sexo, rango etario, región e ingreso familiar.

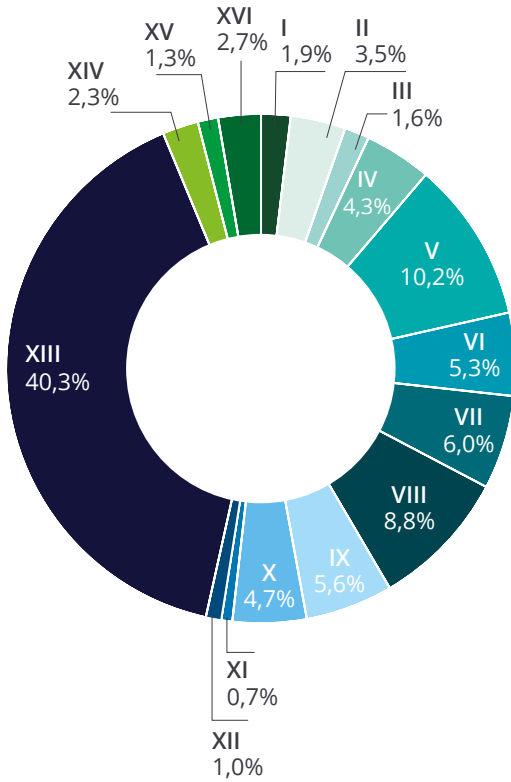
En algunas ocasiones se hace mención a resultados por zonas geográficas del país, en ese caso la distribución es la siguiente:



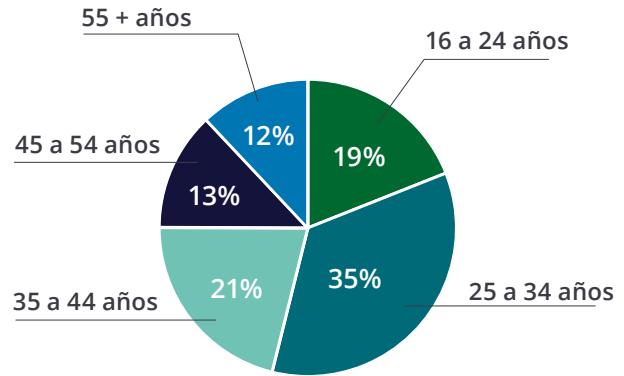
Zona Geográfica	Regiones Comprendidas
Norte	XV, I, II, III y IV
RM	XIII
Centro sur	V, VI y VII
Sur	VIII, IX, X, XI, XII, XIV, XVI

# Metodología encuestados

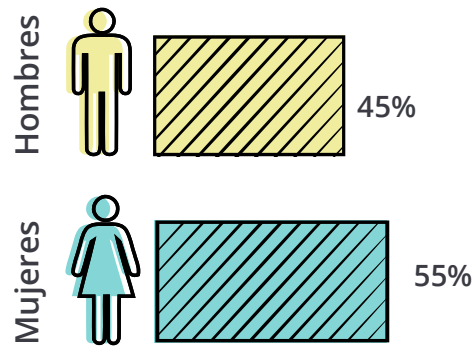
Distribución geográfica  
(por región)



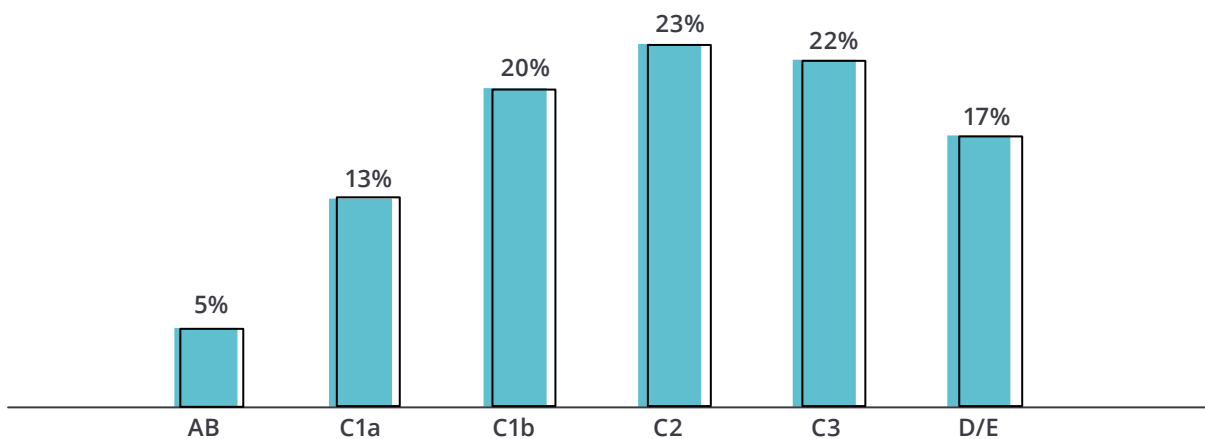
Distribución rango etario



Sexo



Distribución segmento socioeconómico



# Resultados más relevantes



## Economía y gastos

- Se observa una percepción muy pesimista de la economía nacional y un ajuste de la economía personal tras la situación país.
- Previo al estallido social, los encuestados, en promedio, esperaban gastar \$183 mil en su presupuesto total de Navidad, pero su intención de gasto se redujo en un 9%, aproximadamente, llegando a \$167 mil.
- Se espera un aguinaldo promedio cercano a los \$ 81 mil, pero con importantes diferencias a nivel nacional.
- El 81% de las compras debieran realizarse con efectivo o tarjeta de débito, los chilenos quieren reducir deudas en esta Navidad.



## Canales y tiendas

- Los chilenos afirman que un 24% de las compras estimadas para esta Navidad se harán por internet.
- Un 63% de los encuestados manifiesta que existe una probabilidad importante de hacer al menos una compra online y retirarla en tienda.
- Para los encuestados que están dispuestos a esperar el despacho en domicilio tras una compra online, el tiempo de espera influye considerablemente en su decisión de compra (74%).
- Los regalos que se esperan comprar en mayor proporción por internet son los viajes.



## Regalos

- La crisis social impacta en la intención de gasto por regalo de los chilenos, si esperaban comprar 10 regalos a \$10.000 cada uno, ahora la intención es pagar un monto promedio de \$8.500 por cada obsequio.
- 2 de cada 3 personas afirman que de los regalos que pretenden comprar esta Navidad, al menos uno de ellos será comprado en una tienda por departamento.
- Previo la situación país, se esperaba que el 40% de las personas iniciara sus compras a más tardar la segunda semana de noviembre. Este segmento de compradores tempranos gastaría en promedio un 28% más de los que comenzarían sus compras después de esa fecha.



## Medios sociales

- La mitad de los encuestados indicó que planea utilizar los medios sociales como apoyo a sus compras en esta Navidad.
- Las recomendaciones de amigos e Instagram serían los medios sociales más influyentes, éste último destronando la potente influencia de Facebook del estudio 2018.
- 3 de cada 4 chilenos considera relevante para su decisión de compra la investigación en internet y las recomendaciones de los productos en redes sociales.

# Economía y gastos

## Economía nacional y familiar\*

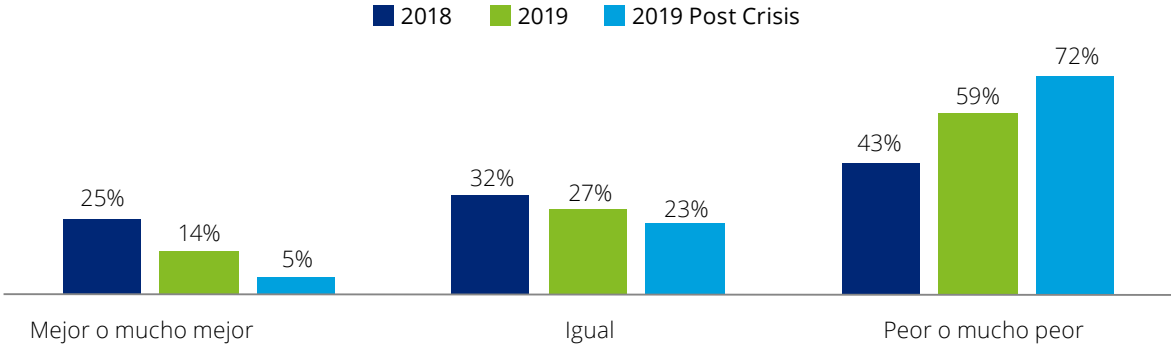
La percepción pesimista de la economía ya venía en aumento, y tras la crisis social en Chile del último tiempo, las tendencias son clarísimas: 3 de cada 4 chilenos, aproximadamente, considera que la economía se encuentra peor o mucho peor que el año anterior.

Previo a la crisis, la economía familiar mostraba positiva tendencia muy similar a 2018. Sin embargo, tuvo una caída significativa llegando a 21% de percepción positiva. Pese a lo anterior, poco más de un tercio de los chilenos considera que la economía familiar se encuentra igual que el año anterior.

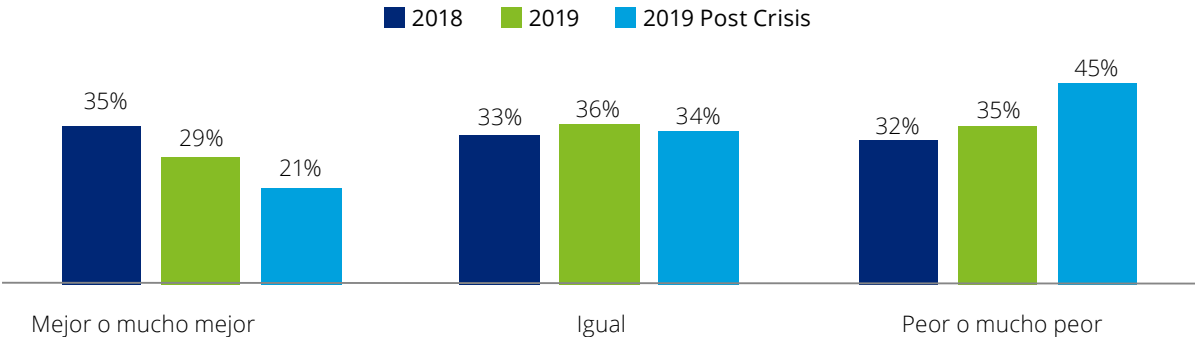


\* Incluye diagnóstico pre y post crisis social de Chile

### En tu opinión, en comparación al año anterior, la economía actual de Chile se encuentra...



### Al comparar tu economía familiar con el año anterior en esta misma fecha, dirías que ésta se encuentra

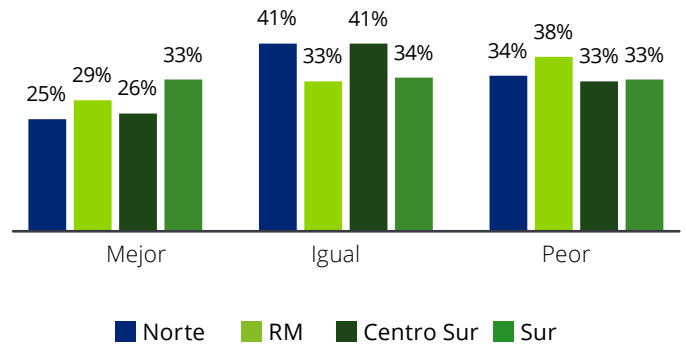
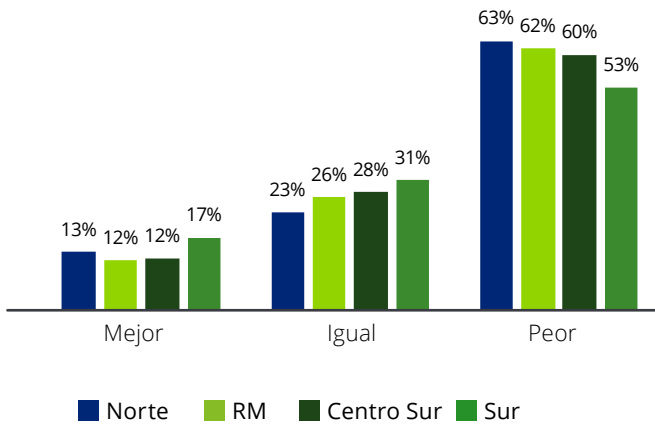


Economía y gastos

# Economía nacional y familiar: zonas geográficas\*

En tu opinión, en comparación al año anterior, la economía actual de Chile se encuentra...

Al comparar tu economía familiar con el año anterior en esta misma fecha, dirías que ésta se encuentra...



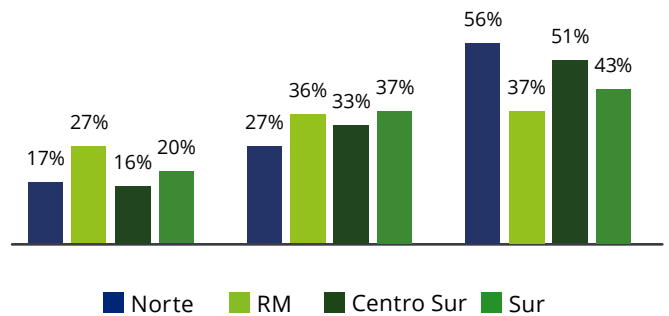
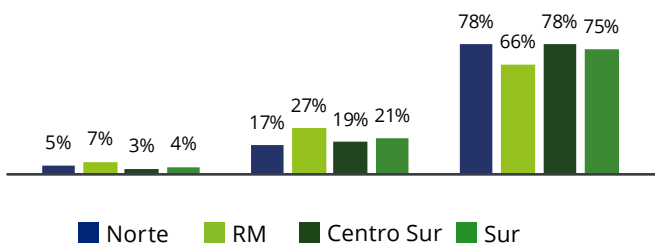
Evidente pesimismo de la realidad económica nacional en todas las zonas geográficas.



Percepción de economía familiar en descenso, pero menos impactada que la percepción nacional.

En tu opinión, en comparación al año anterior, la economía actual de Chile se encuentra...

Al comparar tu economía familiar con el año anterior en esta misma fecha, dirías que ésta se encuentra...



N: 1.005

N: 1.006

\* Incluye diagnóstico pre y post crisis social de Chile



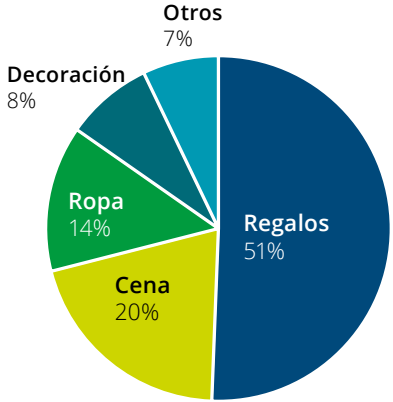
# Economía y gastos

## Gastos y distribución\*

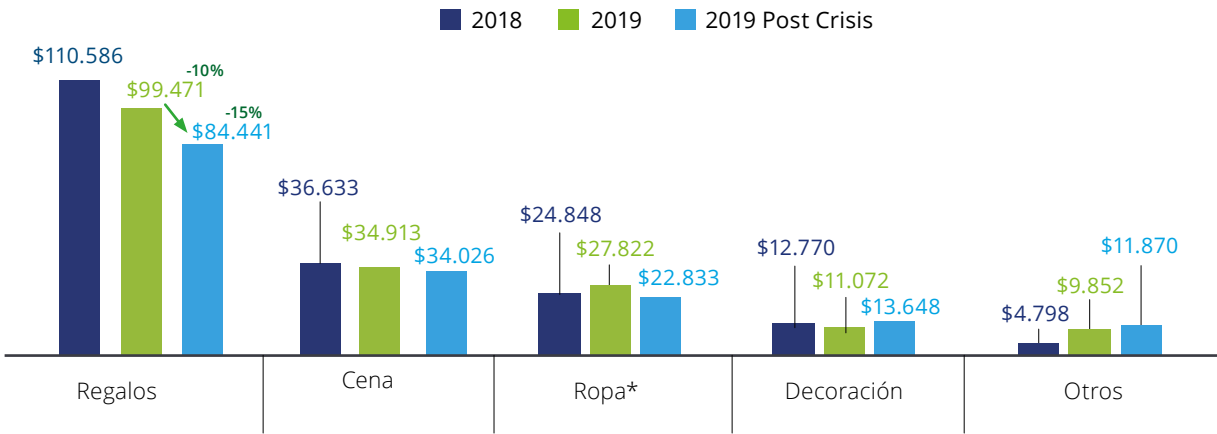
Como es de esperarse, la intención de gasto para esta navidad presenta una considerable baja de 9%. Previo a la crisis, los chilenos pretendían gastar \$183 mil, hoy no más de \$167 mil, siendo el ítem de regalos el cual concentra el mayor gasto para esta Navidad, más de un 50% del total.



Distribución gastos promedios

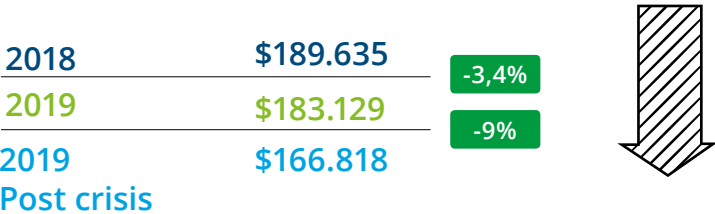


¿Cuánto esperas gastar, aproximadamente, esta Navidad en cada uno de estos ítems? Promedios



\*Ropa considera la que se espera comprar que no corresponden a regalos.

### Intención de gasto en presupuesto total Navidad



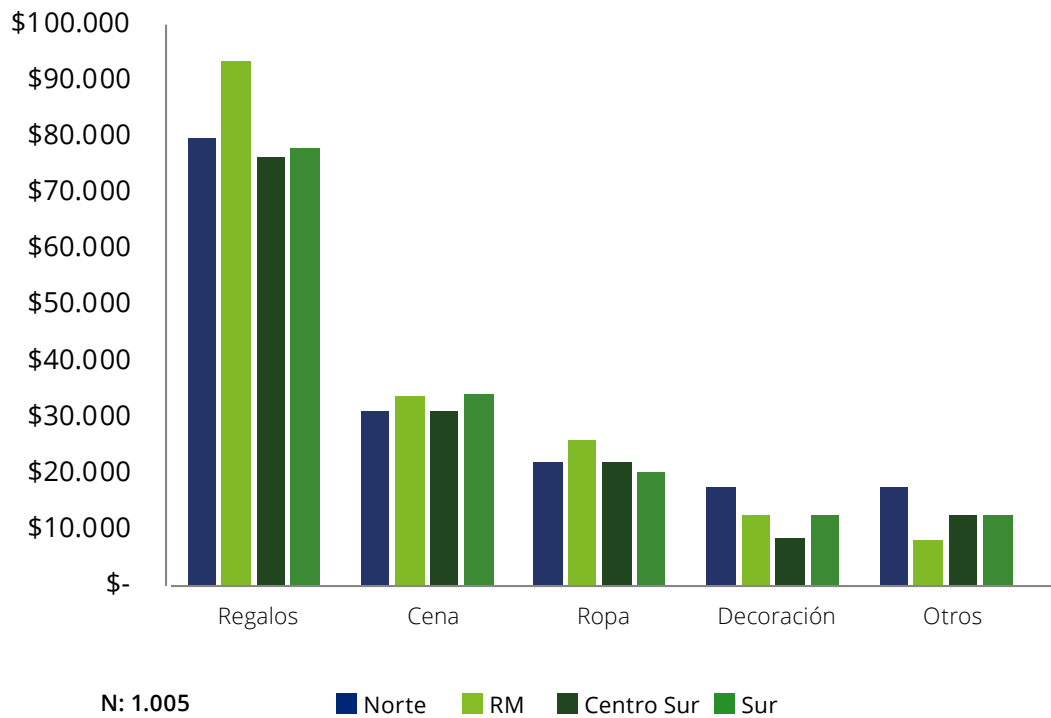
N: 1.005

\* Incluye diagnóstico pre y post crisis social de Chile

Economía y gastos

# Gastos y distribución: zona geográfica

¿Cuánto esperas gastar, aproximadamente, esta Navidad en cada uno de estos ítems? Promedios post crisis social



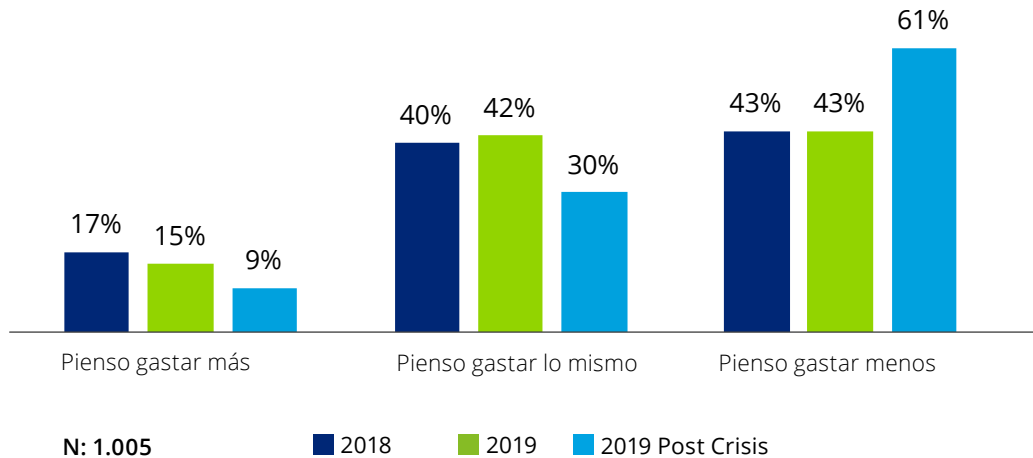
\* Incluye diagnóstico pre y post crisis social de Chile

- Tras la crisis social, la zona norte es la que más redujo su intención de gasto total en su presupuesto de navidad, seguido por la zona centro sur.
- Al comparar el gasto en las distintas zonas geográficas, se puede ver que el sur es la única que mantiene en promedio similar su intención de gasto en 2019.
- Pese a la contingencia, la zona metropolitana es la que tiene mayor intención de gasto, cerca de un 15% más que la zona central del país.

Zona	2018	2019	2019 Post crisis	Var % 2019
Norte	\$227.865	\$253.328	\$167.730	-34%
RM	\$176.005	\$187.773	\$173.305	-8%
Centro Sur	\$190.098	\$172.958	\$150.210	-13%
Sur	\$188.362	\$149.099	\$157.316	6%

## Economía y gastos

## Intención de gasto respecto al año anterior\*



La reducción o mantención en la intención de gasto, es una tendencia que viene ya desde 2018. Para esta navidad, con el desarrollo de la crisis, los chilenos serán aún más conservadores que lo anteriormente visto, se refleja una clara preocupación por el futuro de la economía del país. Este ítem no era un argumento fuerte por los cuales gastar menos previo la situación país.

La precaución por el futuro de la economía, la reducción de deudas y los menores ingresos familiares son los principales motivos de los chilenos para gastar menos esta navidad.

Entre las alternativas espontáneas que surgieron al consultar por otras intenciones de gastar menos, destaca el desempleo, el desinterés por las celebraciones dada la situación país, contingencia y la crisis social.



## Pienso gastar más por...

Más personas a las que regalar	48%
Mejor situación económica de la familia	36%
Los precios han subido este año	20%

N = 94



## Pienso gastar menos por...

Preocupación por el futuro de la economía	46%
Prefiero reducir deudas	40%
Menores ingresos familiares	34%

N = 612

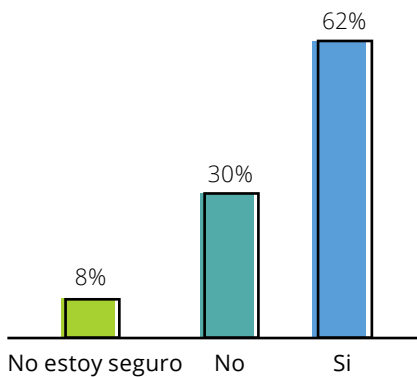
Respuesta múltiple, suma de % mayor a 100.

\* Incluye diagnóstico pre y post crisis social de Chile.

## Economía y gastos

# Aguinaldos

### ¿Esperas recibir aguinaldo en esta Navidad?\*



Al extraer de la base a las personas que no están trabajando, o bien son independientes, **un 62% de los encuestados espera recibir aguinaldo.**

El monto que creen que recibirán las personas que esperan aguinaldo es de:



**\$81.155** Aguinaldo promedio

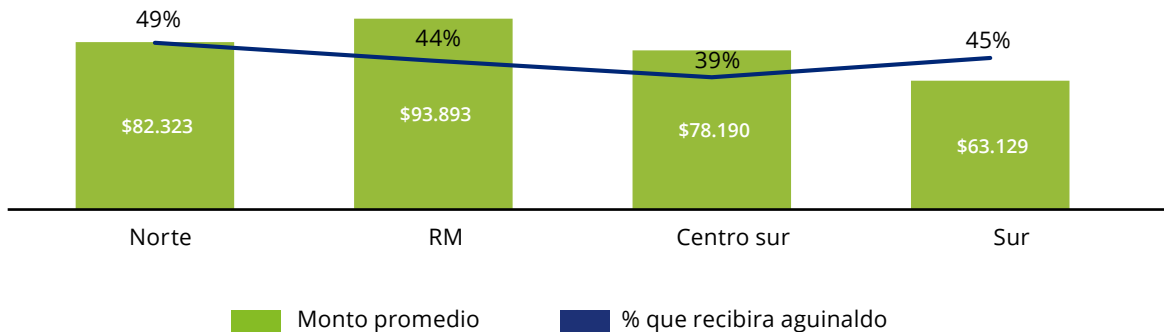
N = 713

\*Considera solamente a las personas que están trabajando y no son independientes.

## Aguinaldos por zona geográfica

En la zona norte, es donde en mayor proporción se espera recibir aguinaldo, pero el monto más alto lo esperan en la zona metropolitana. La zona sur sigue estando muy por debajo del resto de los promedios regionales, casi un 33% menos que el aguinaldo esperado por la RM.

### Porcentaje que espera recibir aguinaldo y monto promedio esperado\*



\*Considera solamente a las personas que están trabajando y no son independientes.

## Economía y gastos

# Medios de pago

Para esta navidad, la tarjeta de débito y efectivo son los principales protagonistas.

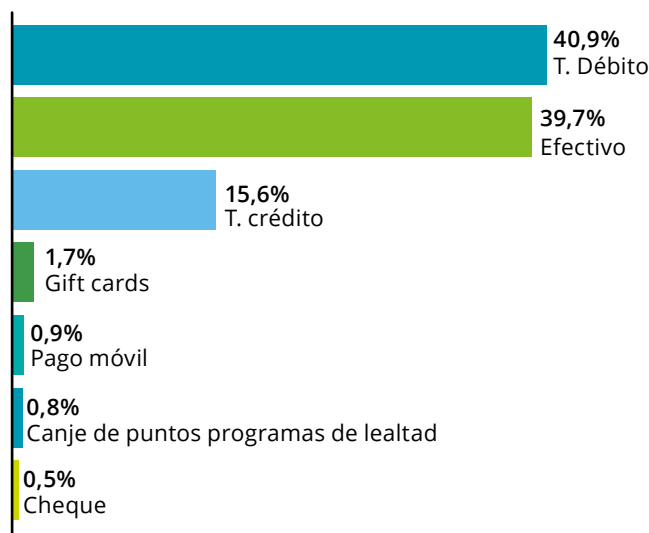
En la versión anterior de este reporte (2018), el uso de la tarjeta de débito (37%) se encontraba por bajo el uso de efectivo (44%). Desplazándose el uso de éste a un segundo lugar.

En 2019, en promedio, se espera que cerca del 41% de los gastos de Navidad sean realizados con tarjeta de débito, seguido por el pago en efectivo con un 40%.

Más atrás queda la tarjeta de crédito con un 16%, lo que reafirma la intención de disminuir el endeudamiento.

N = 1.005

¿Qué porcentaje del gasto que estima hacer esta Navidad, espera hacerlo a través de cada uno de estos medios de pago? (promedios)

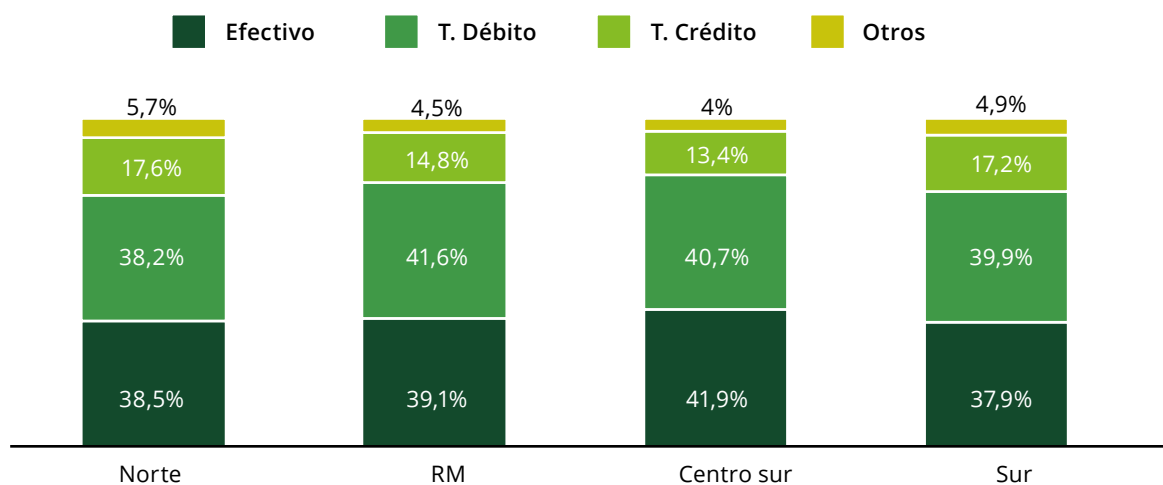


## Medios de pago zona geográfica

Los tres medios de pago principales (efectivo, tarjeta de débito y crédito) no presentan grandes diferencias entre las distintas zonas geográficas.

La zona centro sur es la que tiene la tasa más baja de uso de tarjeta de crédito, sin embargo, tal como en el resto del país la participación de efectivo y débito es muy similar, asegurando la necesidad transversal de no generar endeudamiento esta navidad.

¿Qué porcentaje del gasto que estima hacer esta Navidad, espera hacerlo a través de cada uno de estos medios de pago? (promedios)

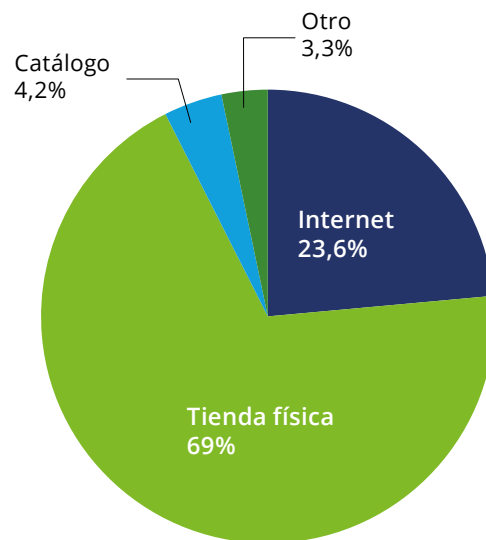


N = 1.005

# Canales y tiendas

## Distribución del gasto en canales

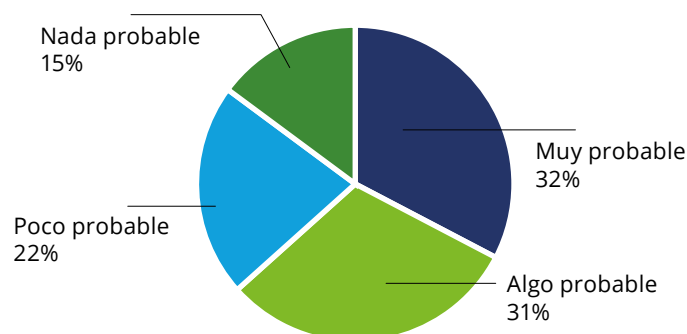
¿Qué porcentaje de tu gasto total en Navidad esperas hacer a través de cada uno de los siguientes canales de compra? Promedios



Si bien las tiendas físicas siguen siendo el canal con mayor preferencia, los chilenos planean realizar, aproximadamente, un cuarto de sus compras de esta Navidad a través de internet.

Por otro lado, un 63% de los encuestados en Chile afirma que existe una probabilidad importante de realizar una compra por internet para luego retirar en tienda física (muy probable + algo probable). Esta cifra es muy similar a la preferencia de 2018, donde la preferencia fue de 58%.

¿Qué tan probable es que para esta Navidad compres algún producto online y después lo retires en la tienda física?



N: 1.005

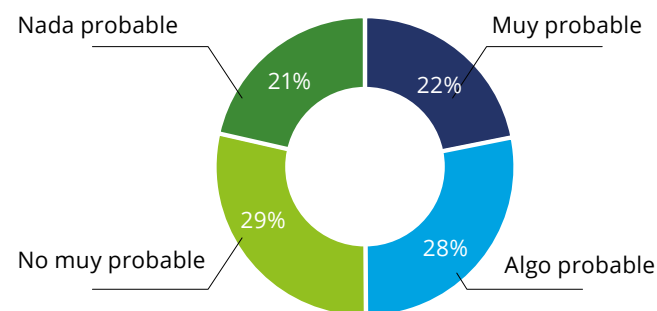
## Canales y tiendas

# Distribución del gasto en canales

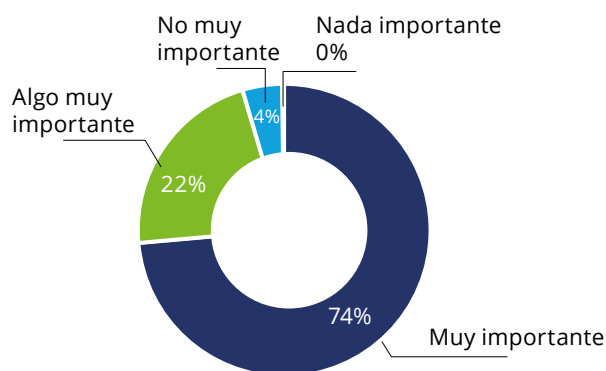
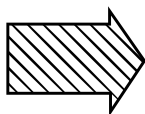
Para la compra online, los despachos a domicilio son fundamentales en la decisión de compra de los chilenos. La mitad de los encuestados es probable que espere el despacho a domicilio (muy probable+ algo probable), y para esta decisión es fundamental conocer los tiempos que tardarán en llegar los productos.

**¿Qué tan probable es que para esta Navidad compres algún producto online y esperes el despacho a domicilio?**

**¿Qué tan importante es en tu decisión de compra el tiempo de espera de despacho?**



N: 956



N: 476

# Distribución del gasto en canales

## Zona geográfica

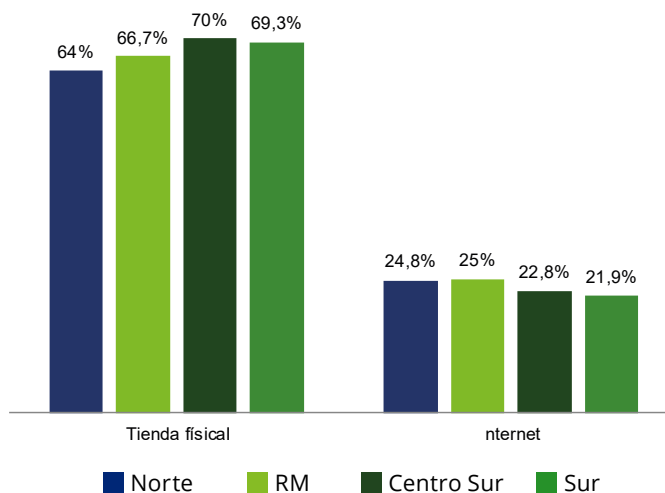
Respecto a las compras por internet, todas las zonas geográficas presentan similares porcentajes de gasto total de preferencia por comprar a través de la web.

En la zona metropolitana, 3 de cada 4 personas comprarán a través de internet, y en la zona sur, solo una quinta parte de los encuestados.

La compra en tienda física sigue posicionada como canal de preferencia de compras en todo el país.

N: 1.005

**¿Qué porcentaje de tu gasto total en Navidad esperas hacer a través de cada uno de los siguientes canales de compra? Promedios\***

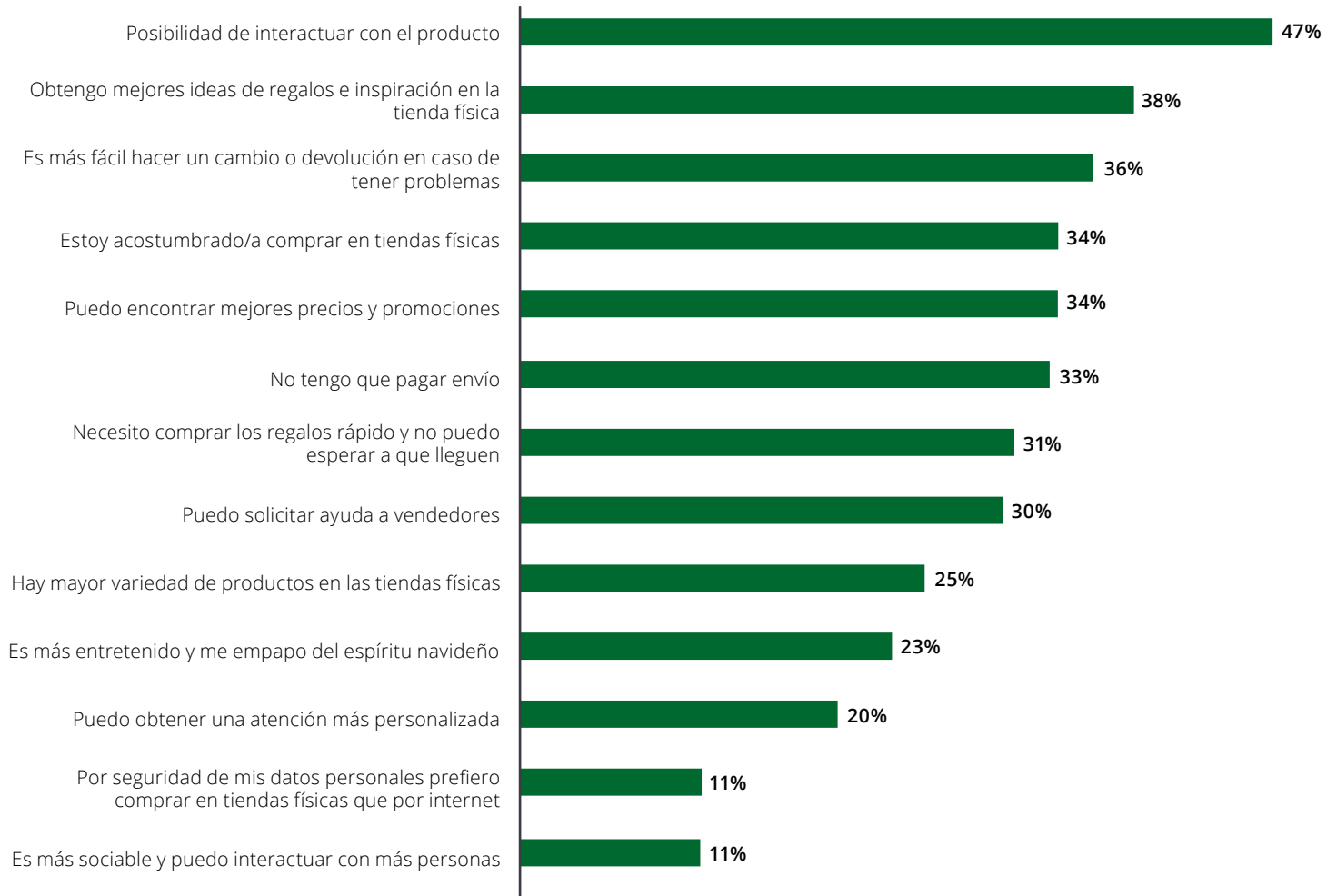


\*El % restante corresponde a catálogos y otros

## Canales y tiendas

# Razones para comprar en tiendas físicas

¿Cuáles son las razones por las que prefieres hacer parte o la totalidad de tus compras de Navidad en tiendas físicas, en lugar de hacerlo por internet?



N: 976

Respuesta múltiple, suma de % mayor a 100.



La razón más frecuente entre los encuestados, y con casi la mitad de las respuestas, corresponde a la posibilidad de interactuar con el producto, seguido por la mayor inspiración que entregan las tiendas físicas, y la percepción de que es más fácil hacer cambios que por otro canal.

La tercera parte de los encuestados, prefiere comprar en tienda física, además, porque no tiene que pagar ni esperar envíos a domicilio.



Canales y tiendas

# Razones para comprar en internet

¿Cuáles son las razones por las que prefieres hacer parte o la totalidad de tus compras de Navidad en internet, en lugar de tiendas físicas?



La razón de mayor peso para comprar por internet en lugar de las tiendas físicas es el ahorro de tiempo (61%), seguido por la disponibilidad continua del servicio, la comodidad y la percepción de mejores precios y promociones, estos 3 últimos casos con número de menciones similar.

Al igual que en 2018, muy bajas menciones tuvo la facilidad de hacer devoluciones o cambios de los productos al comprarlos online. Este es un punto de partida estratégico para fortalecer del comercio en línea.

# Regalos

## ¿Cuántos regalos?

La intención de comprar 10 regalos de los chilenos se mantiene desde 2018. Para ese año, el gasto promedio por los regalos fue de \$11.100 cada uno. Este año, se refleja un ajuste en los bolsillos de los chilenos, antes de las movilizaciones sociales los encuestados consideraban \$10.000 por cada regalo, sumando un total destinado a regalos de \$100.000. Hoy, tras la contingencia social, los chilenos aún esperan comprar en promedio 10 regalos, con un ajuste de en su intención de gasto por regalo, no superando los \$8.500 por regalo.

Cantidad de regalos  
que esperan comprar:

**10 regalos**



### 2018



Gasto total  
destinado a regalos:

**\$111.000**



Valor promedio  
del regalo:

**\$11.100**

### 2019



Gasto total  
destinado a regalos:

**\$100.000**



Valor promedio  
del regalo:

**\$10.000**

### 2019 Post Crisis



Gasto total  
destinado a regalos:

**\$84.440**

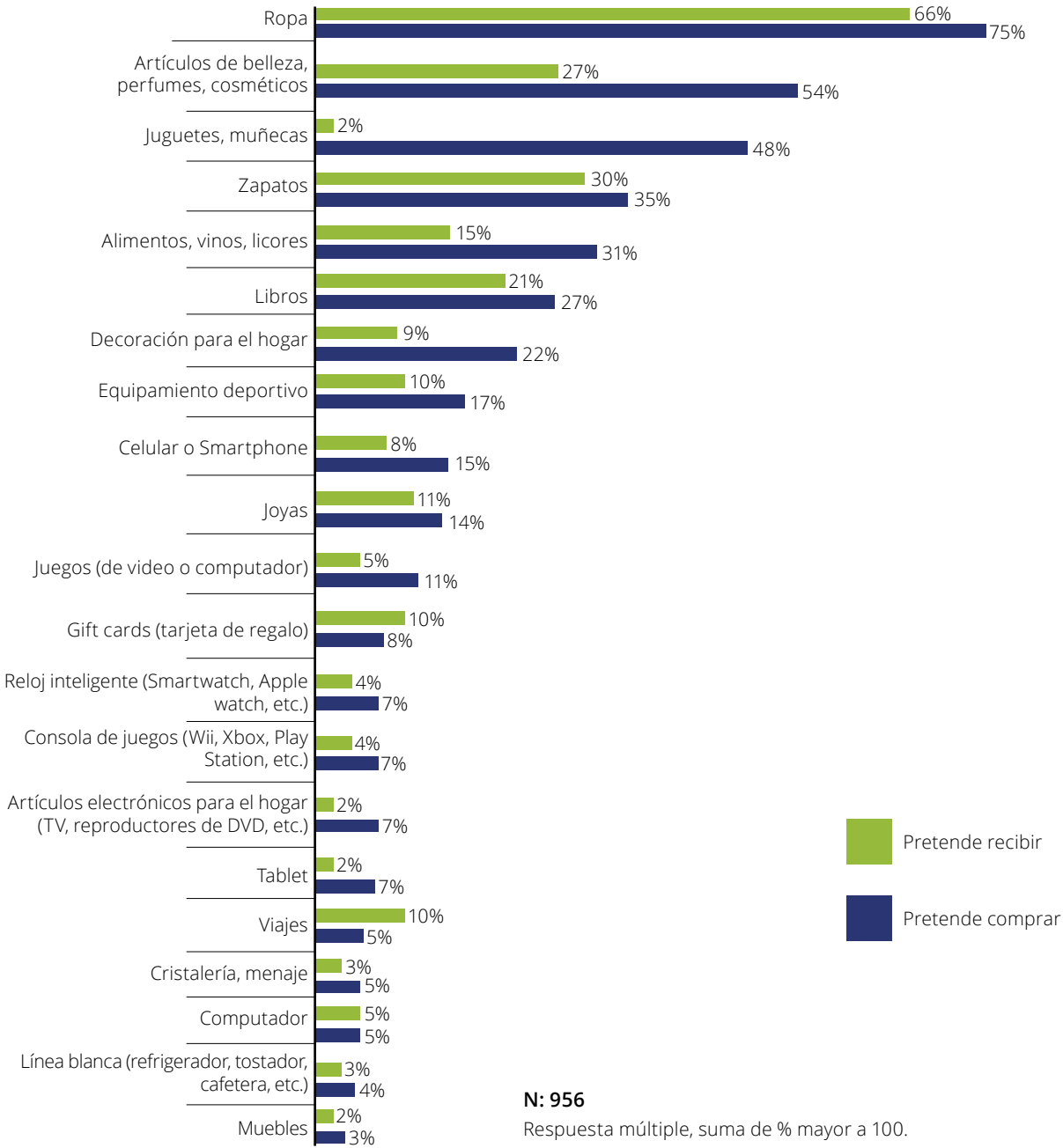


Valor promedio  
del regalo:

**\$8.440**

# Regalos

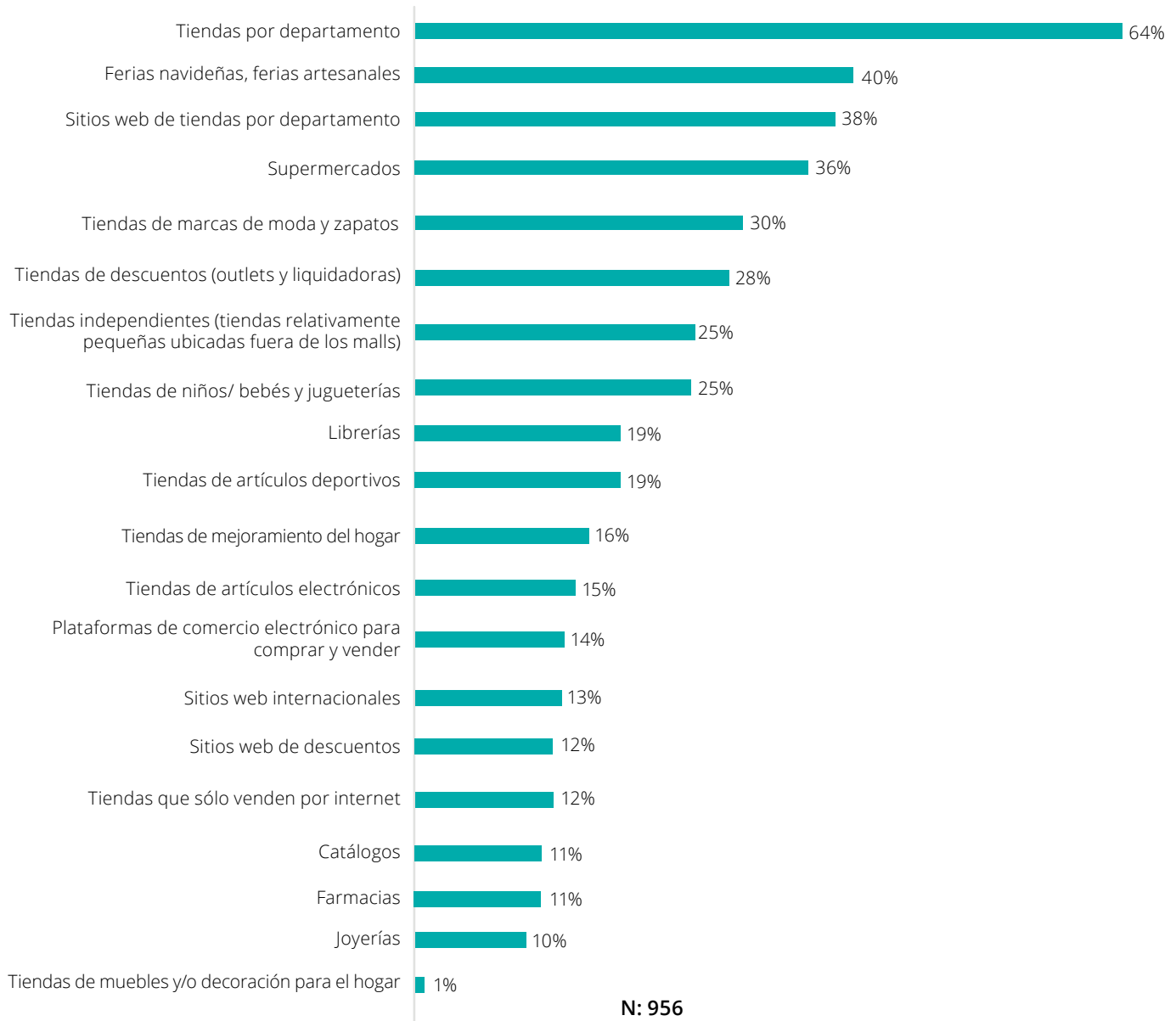
## ¿Qué regalos pretende comprar y recibir esta navidad?



- La ropa, los juguetes y los artículos de belleza son, por excelencia, los regalos más buscados por los chilenos.
- Estos mismos tres ítems se mantienen dentro de los regalos más mencionados desde 2018. La menor intención de compra son los artículos de línea blanca y muebles.
- En este caso, los regalos que esperan en mayor proporción recibir los chilenos son ropa, zapatos y artículos de belleza.

## Regalos ¿Dónde los comprará?

¿En qué tipo de tiendas es probable que adquieras los regalos que esperas comprar esta Navidad?

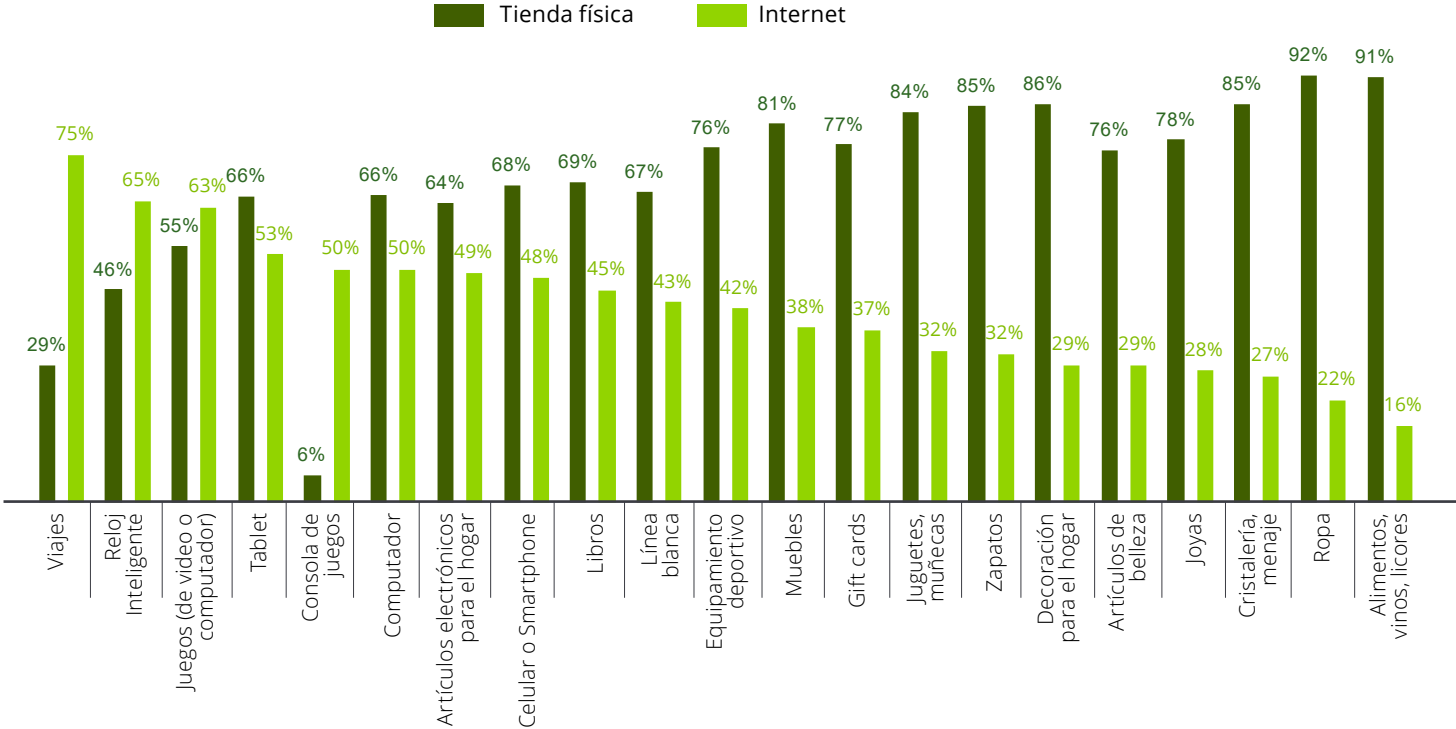


Las tiendas por departamento son el lugar preferido para hacer las compras de los chilenos, seguidas por las ferias navideñas y artesanales. Los supermercados, como canal de compra, bajan su favoritismo, siendo superados por éstas últimas.

Un 57% de los encuestados mencionó que era muy poco o nada probable comprar algún regalo para esta navidad a través de las aplicaciones de última milla (como Cornershop, Rappi, etc). **Un 15% de ellos, reconoce no conocer estas plataformas.**

# Regalos Productos por canales

¿En cuál de los siguientes canales es más probable que compres cada uno de los productos que pretendes comprar?\*

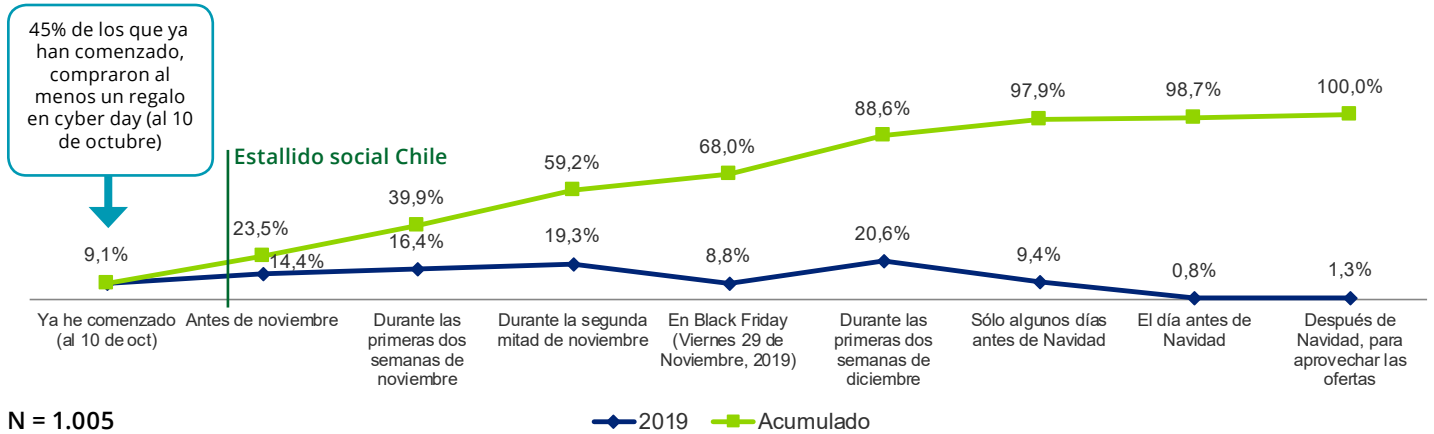


\*No se exponen las respuestas asociadas al canal catálogo ni "otros".



Se observa que hay 2 ítems que la gente prefiere comprar por internet: viajes y reloj inteligente. No existen mayores diferencias entre los canales al momento de comprar artículos electrónicos como tablets, computadores o televisores. Por otro lado, aún se manifiesta una muy alta preferencia por comprar los alimentos, ropa y artículos de cristalería/menaje en tiendas físicas.

## Regalos ¿Cuándo?



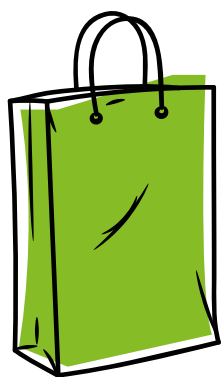
**Previo al estallido social:** *Early Shopper*, al menos un 68% de los encuestados iniciarían sus compras antes de diciembre. Los consumidores chilenos manifiestan comenzar con anticipación sus compras navideñas, el 89% de las personas comenzarían con al menos 10 días de anticipación a navidad.

## Inicio de compras y gasto total

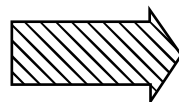
Es importante mencionar que, previo la contingencia social chilena, los que iniciarían sus compras navideñas a más tardar en la segunda mitad de noviembre (un 40%), gastaría aproximadamente un 28% más que los que comienzan después.

Ésta es una buena noticia para los retailers, dado el potencial gasto mayor de los primeros compradores, los retailers se beneficiarían de estrategias que incentivarán a los consumidores a iniciar sus compras antes, como por ejemplo promociones de tiempo limitado.

**Inicio de compras:** a más tardar segunda mitad de noviembre

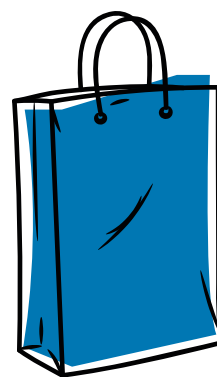


Gasto Total  
**\$213.939**



**-28%**

**Inicio de compras:** después de segunda mitad de noviembre



Gasto Total  
**\$164.605**

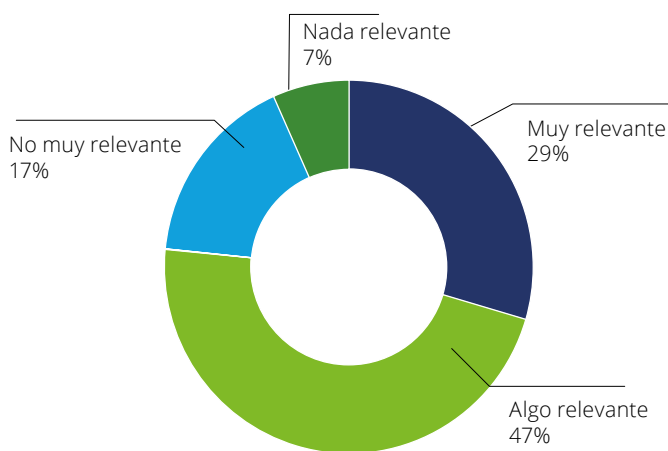
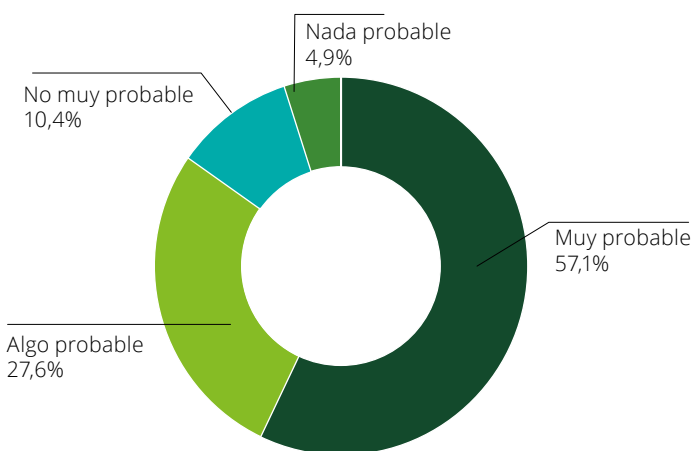
# Medios Sociales

## Investigación de los productos

Un 85% de los encuestados indicó que es probable que investigue y se informe sobre los productos que pretende comprar en esta Navidad (muy probable + muy probable). La investigación en internet y las recomendaciones en medios sociales son relevantes en la decisión de compra para la tercera parte de los chilenos.

**¿Qué tan probable es que para esta Navidad investigues en internet previamente los productos que deseas comprar?**

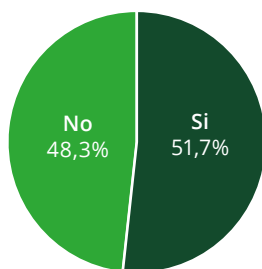
**¿Qué tan relevante es en tu decisión de compra la investigación en internet y las recomendaciones de los productos en redes sociales?**



## Inspiración

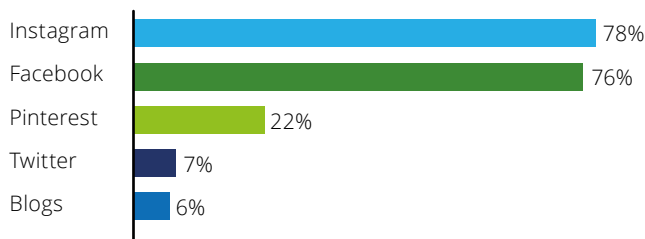
La mitad de los encuestados indicó que planea utilizar los medios sociales como apoyo a sus compras en esta Navidad. Esta tendencia se viene arrastrando desde 2018, donde el uso e inspiración de los medios sociales digitales es muy similar. El menor uso de medios sociales es en las zonas norte y sur, con 48%.

**¿Planeas utilizar los medios sociales para buscar inspiración y/o ayudarte en algunas o todas tus compras de Navidad?**



N: 1.005

**¿Cuál/es medios sociales?**



N: 520

Respuesta múltiple, suma de % mayor a 100.

El medio social más utilizado para apoyar las compras navideñas es **Instagram**, fue nombrado como el más influyente por el 78% de los encuestados, superando el uso de Facebook por una diferencia mínima.

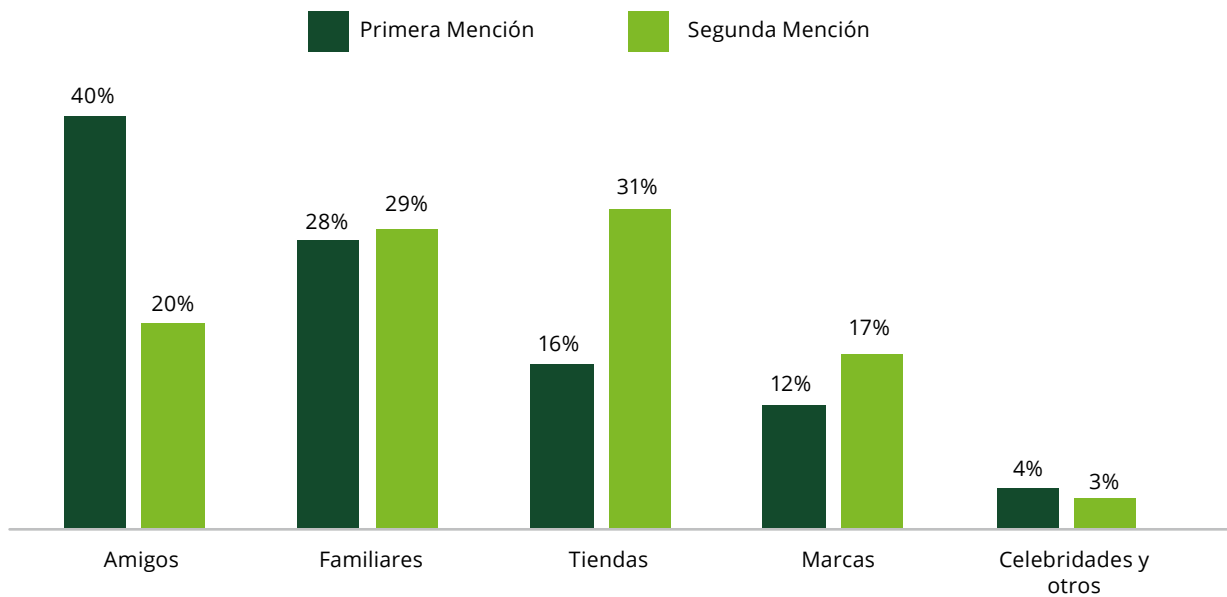
## Medios sociales

# Recomendaciones

- Los amigos corresponden a las fuentes de recomendación más confiables para los chilenos, seguido por los familiares.
- Los retailers tienen un gran desafío en convertirse como un medio confiable para garantizar las compras, ya que las tiendas y marcas solo suman un 28% de menciones como fuente de recomendación más confiable.
- Las celebridades e influencers solo representan un 4% de confianza para las recomendaciones de las compras navideñas.



Considerando los medios sociales, ¿de quiénes son las recomendaciones para ayudarte en las compras navideñas en las que más confías?



N: 1.005



Este estudio fue elaborado en el área de Research, Deloitte Chile.

# Contactos

**Miguel Pochat**

Socio Líder Consumer Industry

**Andres Gebauer**

Director Marketing

**Paola Nahum Hayal**

Gerente Research

[pnaum@deloitte.com](mailto:pnaum@deloitte.com)

**Catalina Castillo Pérez**

Analista Research

[ccastillop@deloitte.com](mailto:ccastillop@deloitte.com)

**Oficina central**

Rosario Norte 407  
Las Condes, Santiago  
Chile  
Fono: +56 227 297 000  
Fax: +56 223 749 177  
deloittechile@deloitte.com

**Regiones**

Av. Grecia 860  
Piso 3  
Antofagasta  
Chile  
Fono: +56 552 449 660  
Fax: +56 552 449 662  
antofagasta@deloitte.com

Alvares 646  
Oficina 906  
Viña del Mar  
Chile  
Fono: +56 322 882 026  
Fax: +56 322 975 625  
vregionchile@deloitte.com

Chacabuco 485  
Piso 7  
Concepción  
Chile  
Fono: +56 412 914 055  
Fax: +56 412 914 066  
concepcionchile@deloitte.com

Quillota 175  
Oficina 1107  
Puerto Montt  
Chile  
Fono: +56 652 268 600  
Fax: +56 652 288 600  
puertomontt@deloitte.com

# Deloitte.

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

© 2019 Deloitte. Todos los derechos reservados