

Informe sobre los regalos de la Temporada de Fiestas 2020:

Sentimiento del consumidor y
nuevos comportamientos de
compra

Anticipation

Values

Giving

Renewal

Compras de la Temporada de Fiestas en la nueva normalidad

A pesar de la incertidumbre en este atípico año, muchos consumidores españoles están listos para comprar regalos para todas las personas de su lista esta Temporada de Fiestas. Encuestamos a más de 1.000 consumidores españoles para saber más al respecto. Algunas de las conclusiones después de la investigación son:



Los consumidores de la Temporada de Fiestas harán más compras online este año.

Mientras que un 36% de los consumidores españoles dicen sentirse más cómodos comprando en tiendas físicas ahora que hace unos meses, el 45% de ellos también dijo que se sentían más cómodos comprando online que en tienda física este año. Y, mientras que los consumidores españoles dicen que comprarán más online, de la mayoría de categorías de productos en los próximos meses, sus compras en tienda física serán principalmente comestibles, productos del hogar y cerveza/vino/licores.



Se prevén descuentos pronto para animar las compras antes de Black Friday.

Los consumidores españoles miran aún más los precios ahora y 4 de cada 10 dice que no esperarán hasta Black Friday para comprar regalos si obtienen descuentos antes de sus retailers favoritos.



Los servicios de entrega a domicilio son fundamentales para garantizar la mejor experiencia de cliente durante la Temporada de Fiestas.

Más de la mitad de los consumidores españoles mencionaron los envíos como uno de los factores más importantes al comprar online. Los gastos de envío son también una de las principales razones que influyen en los consumidores españoles para comprar en un retailer online específico este año.

1

El ecommerce
avivará la
Temporada de Fiestas

2

Se prevén grandes
ventas de
comestibles y
productos del hogar

3

Los consumidores
españoles siguen
queriendo disfrutar
de la Temporada de
Fiestas

4

Es probable que las
promociones
impulsen las ventas
este año

5

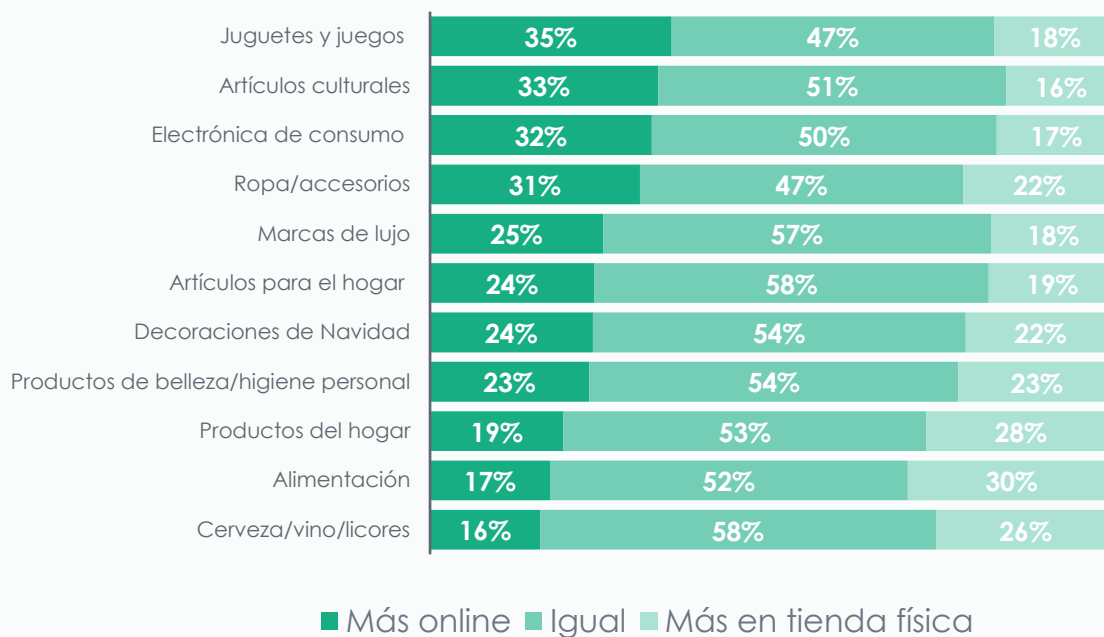
Amazon Prime Day
debería tener un
impacto sobre la
estacionalidad
histórica de la
Temporada de Fiestas

1

El ecommerce avivará la Temporada de Fiestas

Un tercio de los consumidores españoles tienen previsto comprar más bienes culturales, juguetes y electrónica de consumo online

Para la Temporada de Fiestas, en comparación con la del año pasado, ¿tienes previsto comprar las siguientes categorías de productos ...?



Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

3 de cada 10

Los consumidores españoles tienen previsto comprar más productos online este año, incluidos bienes culturales, juguetes y juegos, electrónica de consumo, ropa y accesorios, marcas de lujo y artículos para el hogar.

A su vez, más de un cuarto de los consumidores españoles seguirán yendo a las tiendas físicas para comprar sus productos del hogar, comestibles y/o cerveza/vino/licores.

+44%

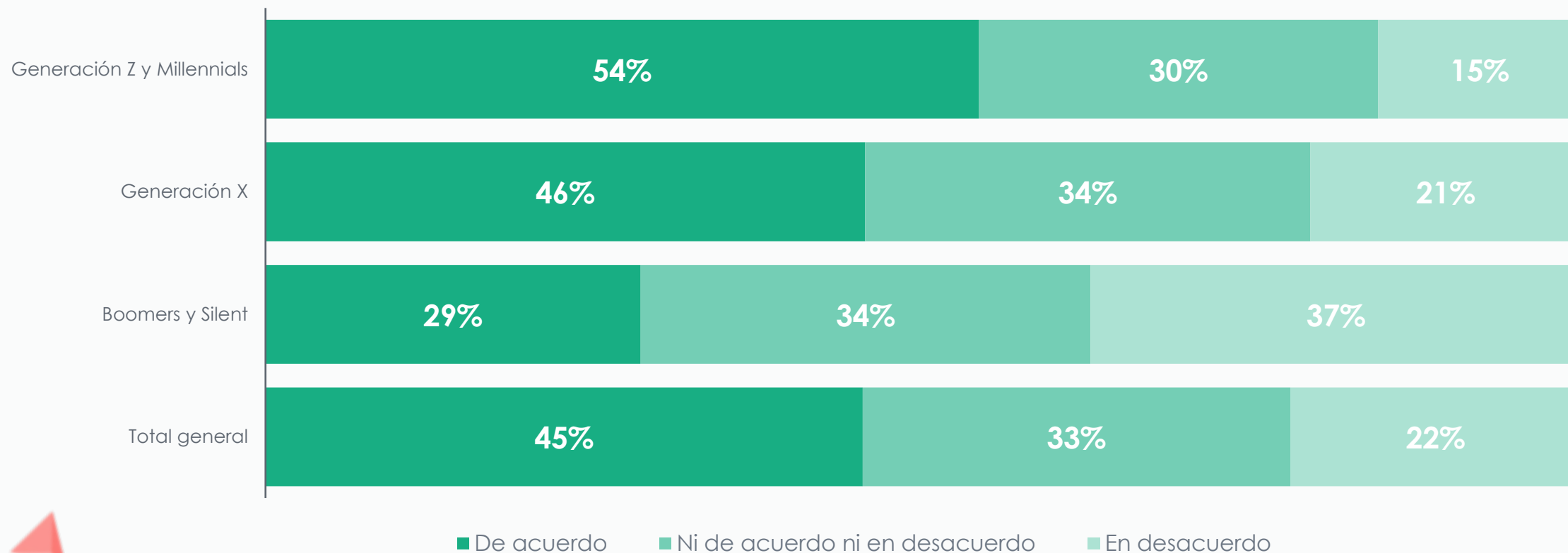
más de ventas online interanual en septiembre de 2020

Fuente: datos de Criteo, España, ventas indexadas del 1-21 de septiembre de 2020, en comparación con el mismo periodo de 2019.

45% de los consumidores españoles, especialmente las generaciones más jóvenes, se sienten más cómodos comprando online que en las tiendas físicas este año



Debido al COVID-19, prefiero comprar online que en tienda física este año
(muy de acuerdo + algo de acuerdo)

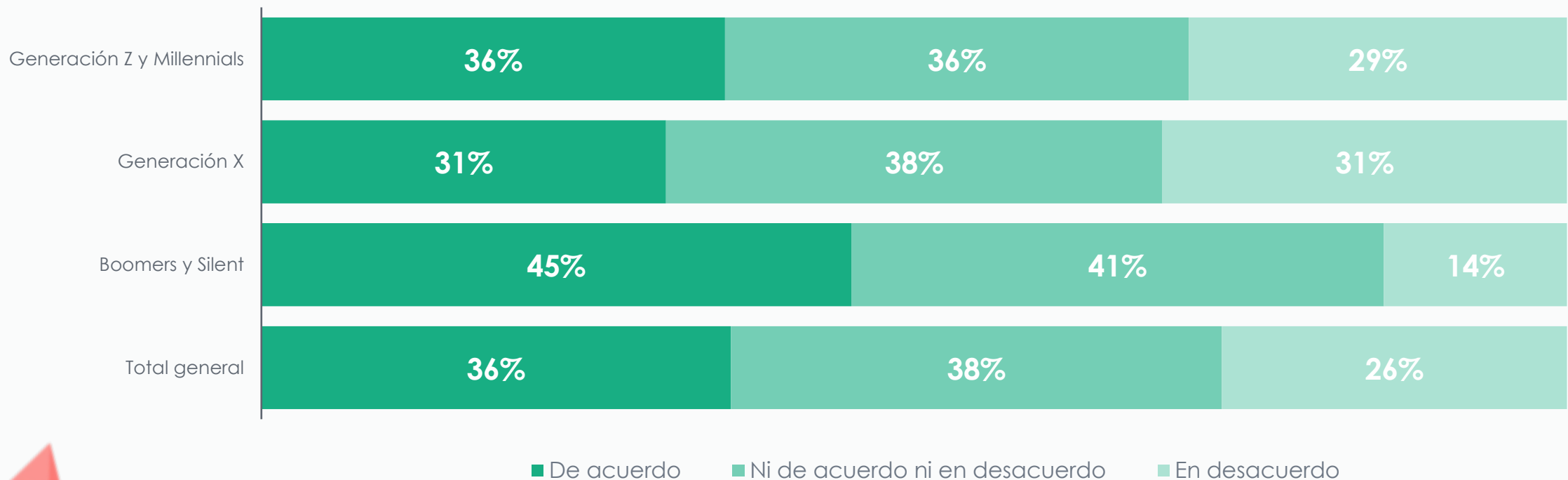


Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

No obstante, esto no supone el final de las compras en tienda física. Un tercio de los consumidores españoles, especialmente entre las generaciones más mayores, se sienten más cómodos comprando ahora en tienda física que hace unos meses.

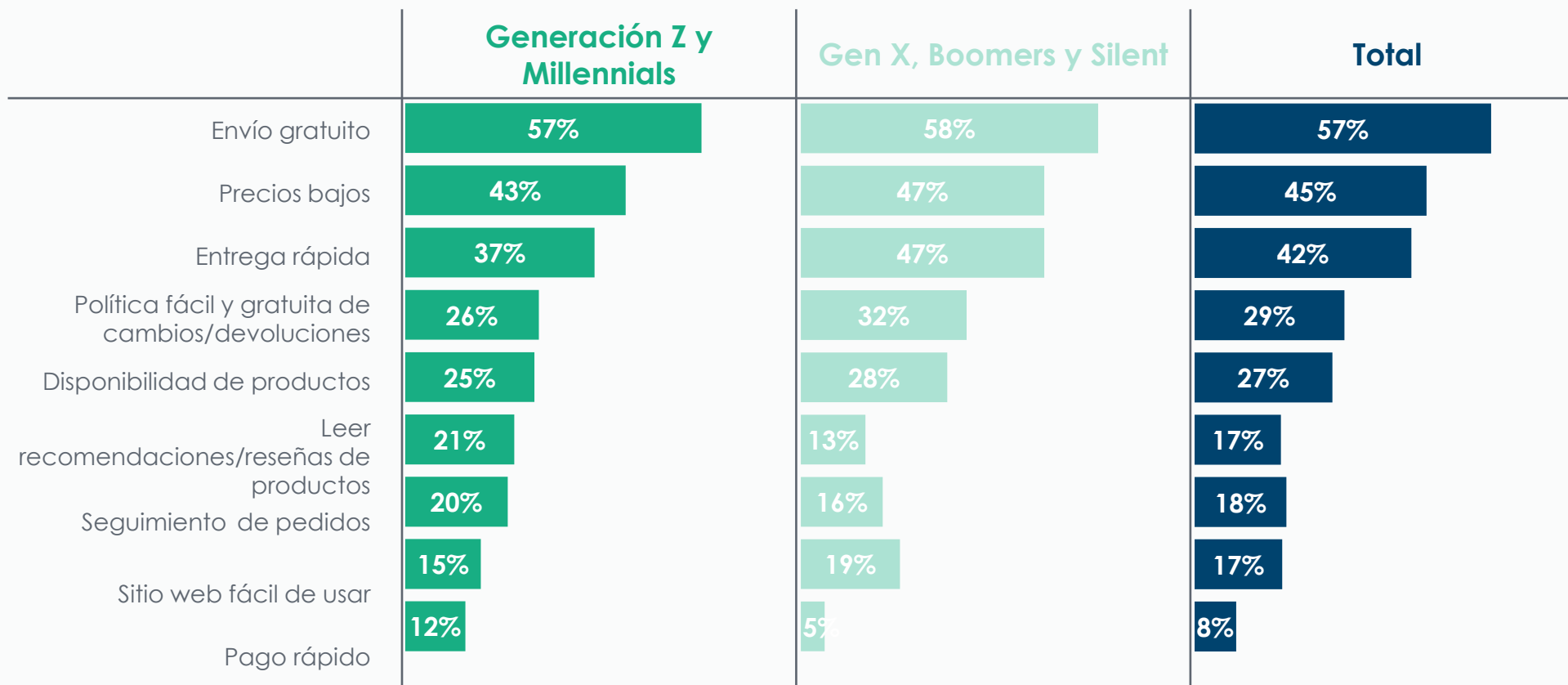


Me siento más cómodo ahora para comprar de nuevo en tienda física que hace unos meses
(muy de acuerdo + algo de acuerdo)



Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

En las compras online, la mayoría de consumidores esperan entregas gratuitas y precios bajos

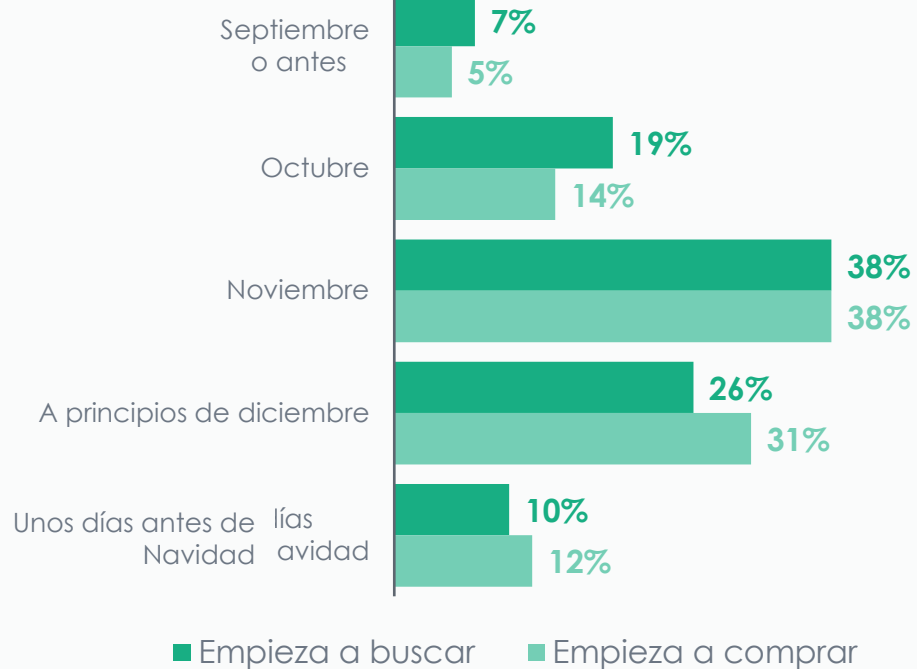


4 de cada 10

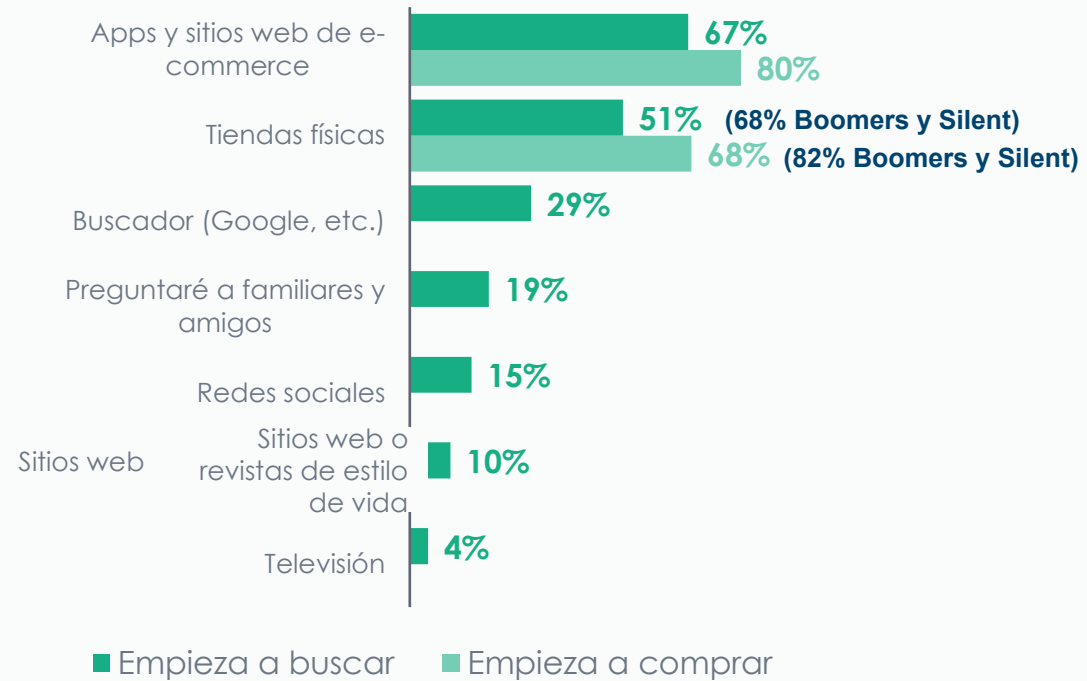
Los consumidores españoles miran mucho los precios. Cuando se compra online, 1 de cada 2 consumidores españoles espera un servicio de entrega gratuito.

La mayoría de los consumidores españoles buscará y comprará regalos en sitios de ecommerce y apps, pero los consumidores más mayores tienen más probabilidades de empezar a buscar y comprar regalos en tienda física

¿Cuándo tienes previsto empezar a buscar/comprar regalos para la Temporada de Fiestas este año?



Este año, ¿dónde empezarás a buscar/comprar regalos?



*Fuente: Datos de Criteo, Retailers omnicanal, en comparación con la media en octubre de 2019.

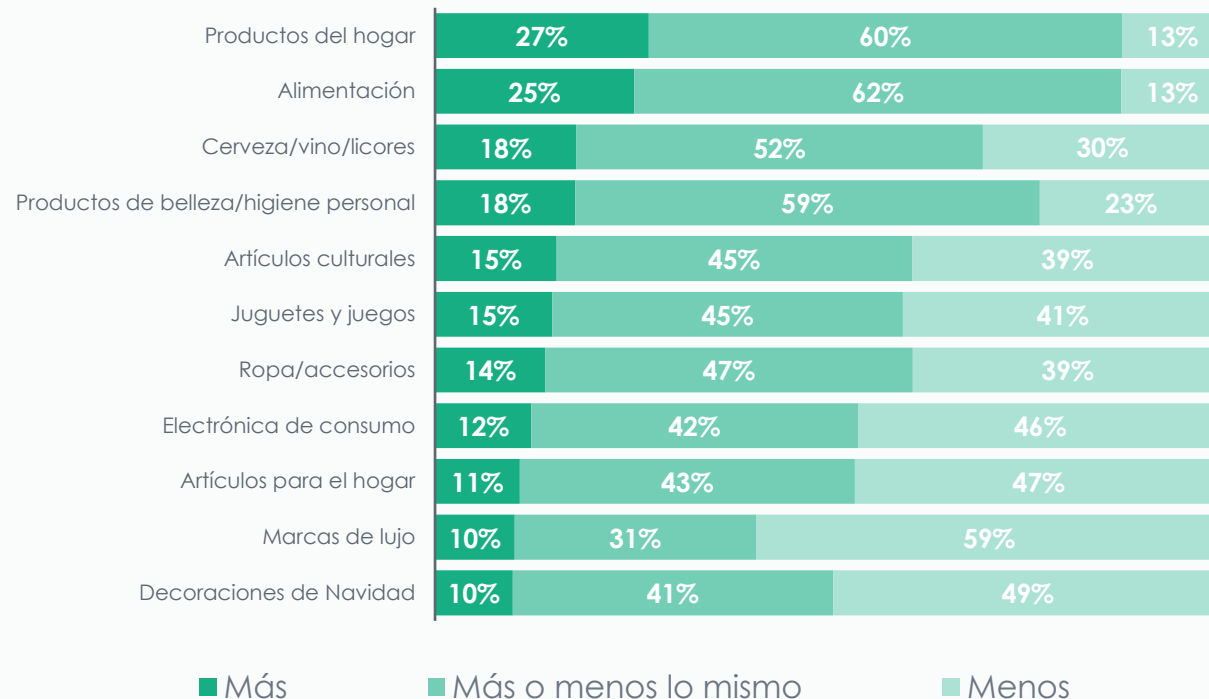
Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

2

**Se prevén grandes ventas de
comestibles y productos del
hogar**

Los consumidores españoles comprarán más comestibles y productos del hogar

¿Tienes previsto comprar más o menos productos de las siguientes categorías en comparación con lo que compraste el año pasado?



Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

1 de cada 4

Los consumidores españoles gastarán más en comestibles y productos del hogar.

Las categorías que se verán más afectadas incluyen ropa/accesorios, electrónica de consumo, juguetes y juegos, bienes culturales y marcas de lujo. En estos casos, los consumidores que tienen previsto comprar menos superan con creces a los que tienen previsto comprar más.

3

**Los consumidores españoles
siguen queriendo disfrutar de la
Temporada de Fiestas**

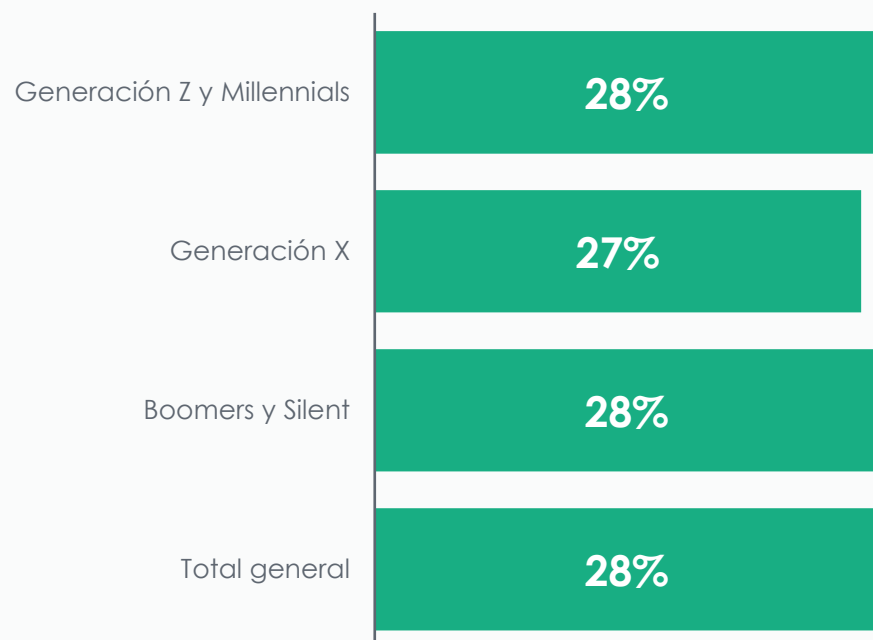
La crisis del COVID-19 afectó la situación personal de la mayoría de los consumidores españoles, especialmente la de las generaciones más jóvenes

	Generación Z y Millennials	Generación X	Boomers y Silent
He sufrido una pérdida de ingresos considerable	27%	32%	17%
No tenía trabajo antes de la crisis y debido a la situación, no pude continuar buscando trabajo	13%	11%	8%
He perdido temporalmente mi trabajo	16%	11%	5%
He perdido una cantidad importante de dinero debido a los desplomes en bolsa	8%	6%	5%
He perdido mi trabajo de manera permanente	9%	4%	3%
He tenido un importante gasto médico (para mí mismo, un familiar, un amigo, etc.)	6%	7%	4%
Tuve que dejar de trabajar para cuidar de familiares enfermos	4%	2%	1%
No puedo seguir disfrutando de mi seguro sanitario	2%	1%	2%
Ninguno de los anteriores	35%	41%	66%

Las generaciones más jóvenes sienten un mayor impacto económico de la crisis de COVID-19, pero no dejan que esto afecte su intención de celebrar (y gastar). Sin embargo, debido a las dificultades económicas del momento, la competencia será más feroz que nunca y algunos consumidores que antes miraban poco los precios (por ejemplo, los integrantes de la Generación Z) puede que ahora lo hagan mucho más.

Es probable que los planes para la Temporada de Fiestas cambien este año

Aún no estoy segura de si celebraremos las reuniones familiares este año



Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

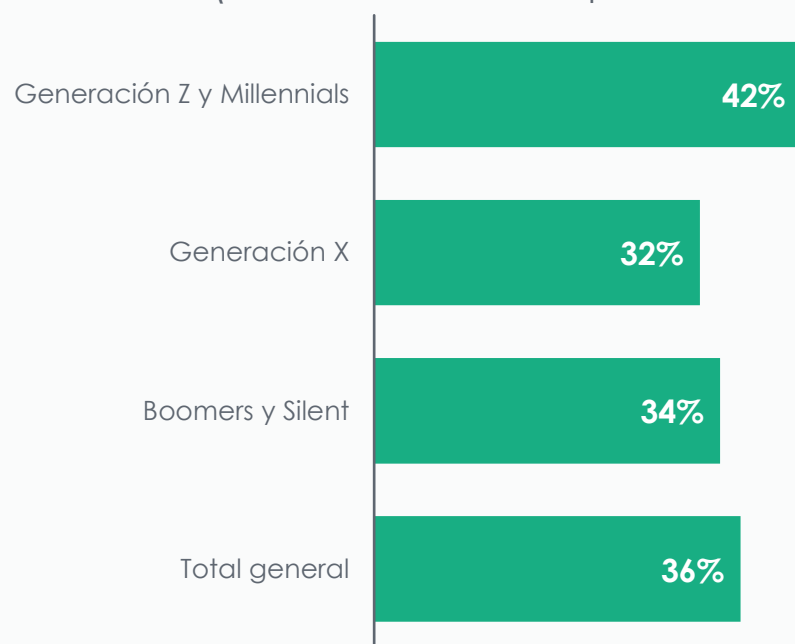
Más de 1 de cada 4

Consumidores españoles sigue dudando de si tendrán lugar las reuniones familiares tradicionales este año.

4 de cada 10 integrantes de la Generación Z y Millennials comprarán, de todas maneras, durante esta Temporada de Fiestas, a pesar del contexto complicado que se presenta

Tengo previsto comprar artículos especialmente para esta Temporada de Fiestas

(Definitivamente sí + probablemente sí)



Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

Más de un tercio

de los consumidores españoles tiene previsto comprar artículos especialmente para esta Temporada de Fiestas.

4

**Es probable que las
promociones impulsen las
ventas este año**

Las promociones influirán, en gran medida, las compras de regalos de este año

Este año, ¿qué factores crees que influirán en tu compra de regalos?



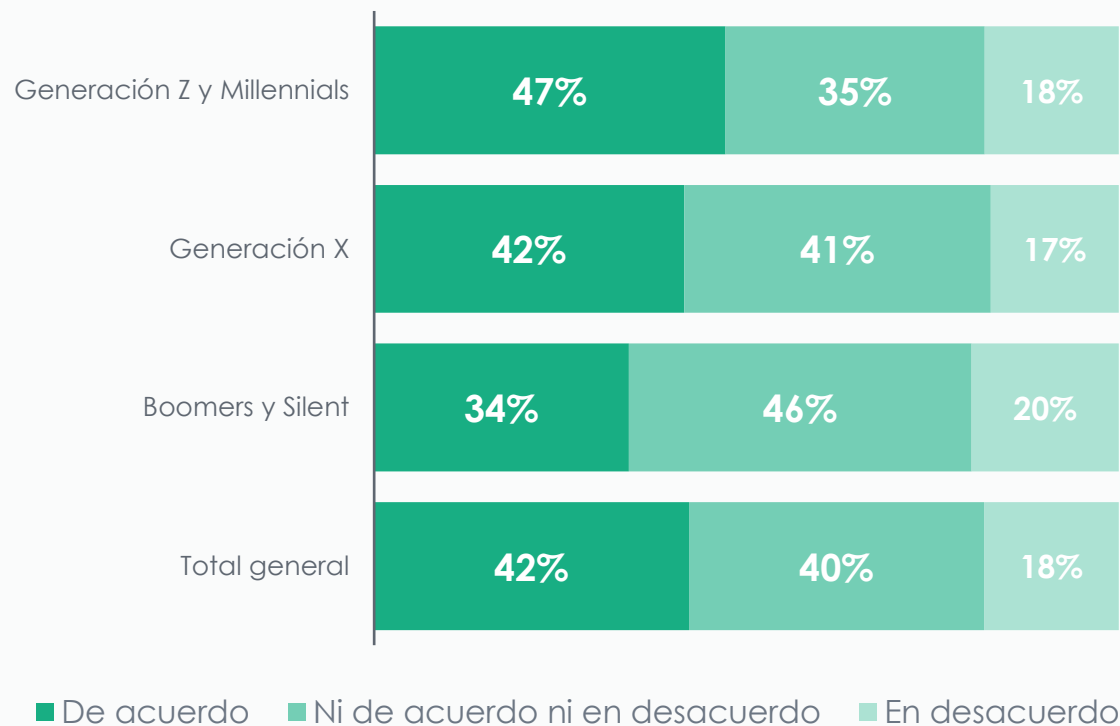
Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

44%

de los consumidores españoles miran los precios, así que apostar por promociones tendría probablemente un impacto positivo sobre sus ventas este año.

Las promociones tempranas este año contribuirán a impulsar las ventas

No esperaría a comprar regalos en Black Friday si obtengo descuentos de mis retailers favoritos antes de dicha fecha



Fuente: Encuesta sobre la Temporada de Fiestas, España, agosto de 2020, N=1.040.

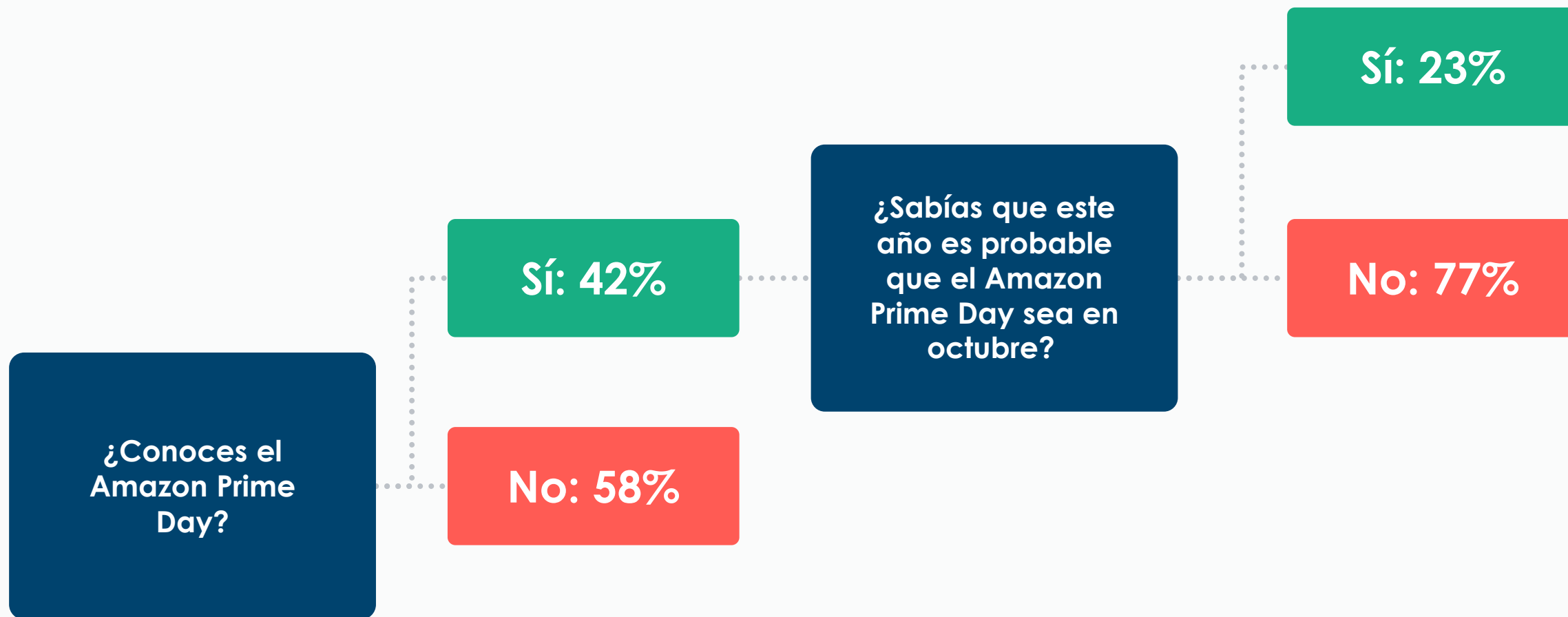
4 de cada 10

consumidores españoles, especialmente entre las generaciones más jóvenes, dijeron que este año no esperaría a comprar regalos en Black Friday si obtienen descuentos de sus retailers favoritos antes de dicha fecha.

5

**Amazon Prime Day debería tener
un impacto sobre la
estacionalidad histórica de la
Temporada de Fiestas**

El 23% de los consumidores españoles que conocen el Amazon Prime Day ya saben la nueva fecha de este año



Sabiendo la nueva fecha de Amazon Prime este año...

71%

de los miembros de Amazon Prime tienen probabilidades de comprar algunos de sus regalos esta Temporada de Fiestas durante el Amazon Prime Day

71%

de los miembros de Amazon Prime tienen probabilidades de gastar algún dinero que suelen gastar durante Black Friday en el Amazon Prime Day

68%

de los miembros de Amazon Prime tienen probabilidades de empezar a buscar regalos para la Temporada de Fiestas

Cómo atraer la atención del consumidor de la Temporada de Fiestas 2020

Planifica bien tu estrategia de ecommerce y cuida tus tiendas físicas.



La principal diferencia para la mayoría de consumidores esta Temporada de Fiestas serán las compras online. Las tiendas físicas puede que vayan a estar abiertas o cerradas, pero una gran mayoría de consumidores españoles ya tiene previsto comprar la mayoría de sus regalos online este año.



Potencia tu app y sitio web promocionando nuevos productos en stock y otros incentivos, como descuentos y envío gratuito. Si tus tiendas están abiertas, habla sobre las medidas de seguridad implementadas para hacer evidente que priorizas la salud del público y así atraer una mayor afluencia de consumidores.

Destaca entre la competencia con envíos rápidos y sencillas opciones de devolución.



Asegúrate de que tus mejores clientes estén contentos con tu servicio de entrega a domicilio y que no cambien a la competencia, por tener una mejor política de entregas y devoluciones.

Los clientes de todas las generaciones quieren entregas rápidas y gratuitas. Esta puede ser la clave que te haga destacar entre tus competidores cuando un cliente se pregunte dónde comprar un producto parecido en un sitio web/una app diferente.

Utiliza datos de intención de compra

¿Qué son los datos de intención de compra?

Nuestro gráfico de identidades, el **Criteo Shopper Graph**, contiene nuestros exclusivos datos de intención de compra. Nuestra tecnología observa la navegación en tiempo real y los comportamientos de compra para ver **la intención de compra y los procesos de compra reales** e incluye:

+2.500 millones

Compradores online activos

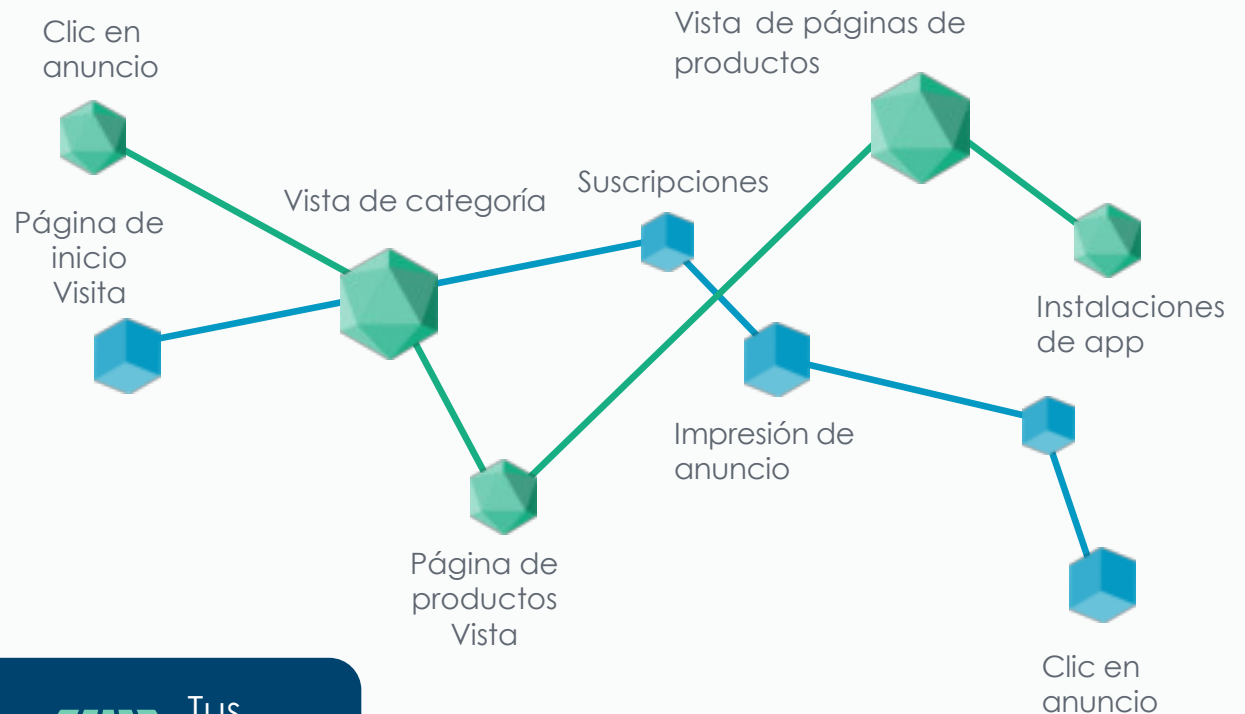
900.000 millones \$

Transacciones de ecommerce anuales

+120

Señales de intención de compra por consumidor

Conecta los diferentes canales donde la gente compra:



Mejora los resultados en todos los canales:



Tu sitio web



Tu app



Tus tiendas físicas

Para más insights sobre el marketing de la Temporada de Fiestas, ponte en contacto con Criteo.



Acerca de Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) es la empresa de tecnológica mundial que proporciona a los Profesionales del Marketing de todo el mundo publicidad impactante y de confianza. 2.700 miembros del equipo de Criteo colaboran con más de 20.000 clientes y miles de publishers de todo el mundo para ofrecer una publicidad efectiva en todos los canales, aplicando machine learning avanzado a conjuntos de datos sin precedentes.

Criteo equipa a las empresas de todos los tamaños con la tecnología que necesitan para conocer mejor y atender mejor a sus clientes. Para más información, visita www.criteo.com/es.

Anexo

Consumidores de la Temporada de Fiestas: Desglose de la muestra (España)



Por grupo de edad (generaciones)

Generación Z	N=157 (15%)
Millennials	N=271 (26%)
Generación X	N=384 (37%)
Boomers	N=206 (20%)
Silent	N=22 (2%)
Total general	N=1 040 (100%)

Por sexo

Mujer	N=535 (52%)
Hombre	N=495 (48%)

Por grupo de edad (rangos)

18 – 24	N=129 (12%)
25 – 34	N=215 (21%)
35 – 49	N=303 (29%)
50 – 64	N=266 (26%)
65	N=127 (12%)
Total general	N=1 040 (100%)

Por ingresos del hogar

Menos de 18.000€	N=234 (22%)
18.000–31.999 €	N=350 (34%)
32.000–44.999 €	N=173 (17%)
45.000–69.999 €	N=123 (12%)
70.000–89.999 €	N=23 (2%)
90.000–119.999 €	N=21 (2%)
120.000–180.000 €	N=12 (1%)
Más de 180.000 €	N=5 (0%)
Prefiero no decirlo	N=100 (13%)

Definición de los grupos de edad en el desglose por generación: Generación Z: nacidos después de 1994 (menores de 26), millennials: nacidos entre 1981 y 1994 (26-39 años),

Generación X: nacidos entre 1965 y 1980 (39-55 años), Boomers: nacidos entre 1946 y 1964 (55-74 años), Silent: nacidos antes de 1946 (más de 74 años)