

TENDENCIAS DE CONSUMO

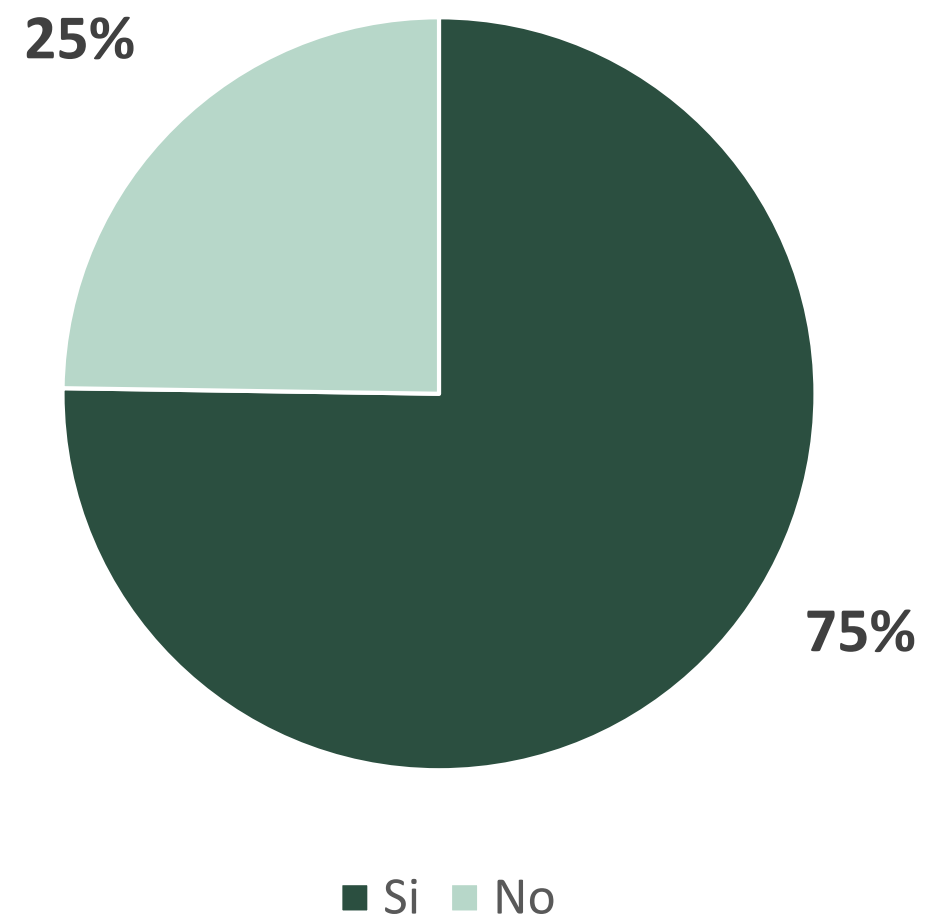
Día de la Madre



- En el marco de la celebración del **Día de la Madre 2024**, la **Cámara de la Economía Digital del Uruguay** y la **Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay**, realizaron en conjunto un relevamiento con el objetivo de conocer en detalle el comportamiento del consumidor en estas fechas comerciales.
- **Período de relevamiento:** 13/05/2024 – 17/05/2024
- **Cantidad de respuestas recibidas:** 953, a través de formulario online.

Principales Resultados

- Ante la consulta acerca de si celebra y/o compra regalos con motivo de la celebración del Día de la Madre, el 67% del total de las personas que formaron parte del relevamiento declararon hacerlo siempre.
- Asimismo, el 75% de los encuestados manifestaron haber comprado algún regalo para este día, mientras que el 25% restante no realizó ninguna compra.

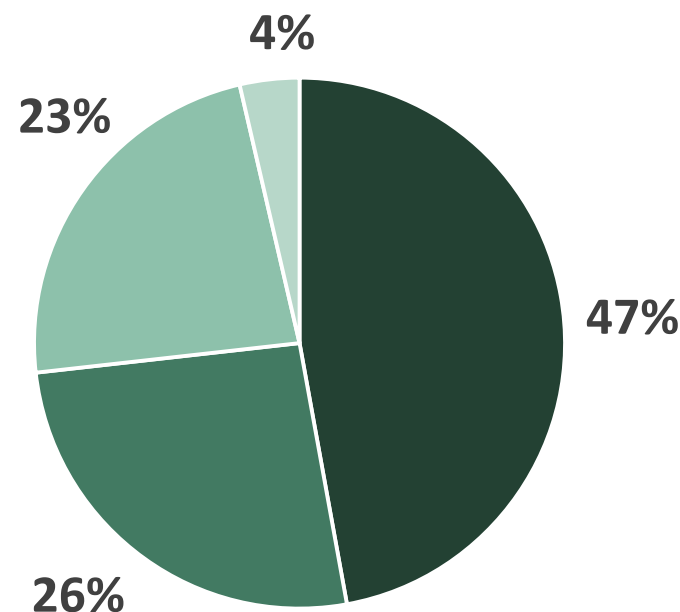


*¿Ha comprado algún regalo para el **Día de la Madre 2024?***

Principales Resultados

- Entre aquellas personas que sí compraron algún regalo, casi la mitad de ellas (47%) buscaron y compraron los productos en un local comercial. Asimismo, si bien un 26% buscó los productos online, terminó realizando la compra en un local comercial.
- Por su parte, la opción de buscar y comprar los productos online, alcanzó el registro del 23%. Finalmente y muy por debajo, solamente el 4% de aquellas personas que realizaron algún regalo buscaron los productos en un local comercial pero compraron online.
- Por lo tanto, el 73% de las personas que compraron regalos eligieron hacerlo en un local comercial, por lo que una vez más se demuestra la relevancia de las tiendas físicas al momento de realizar la compra. Paralelamente, se destaca la importancia del canal online al momento de la búsqueda del regalo (49% de la búsqueda fue online), demostrándose así la importancia de las estrategias de omnicanalidad, para el proceso de decisión de compra.

- Busqué y compré los productos en un local comercial
- Busqué los productos online, pero los compré en un local comercial
- Busqué y compré los productos online
- Busqué los productos en un local comercial, pero los compré online

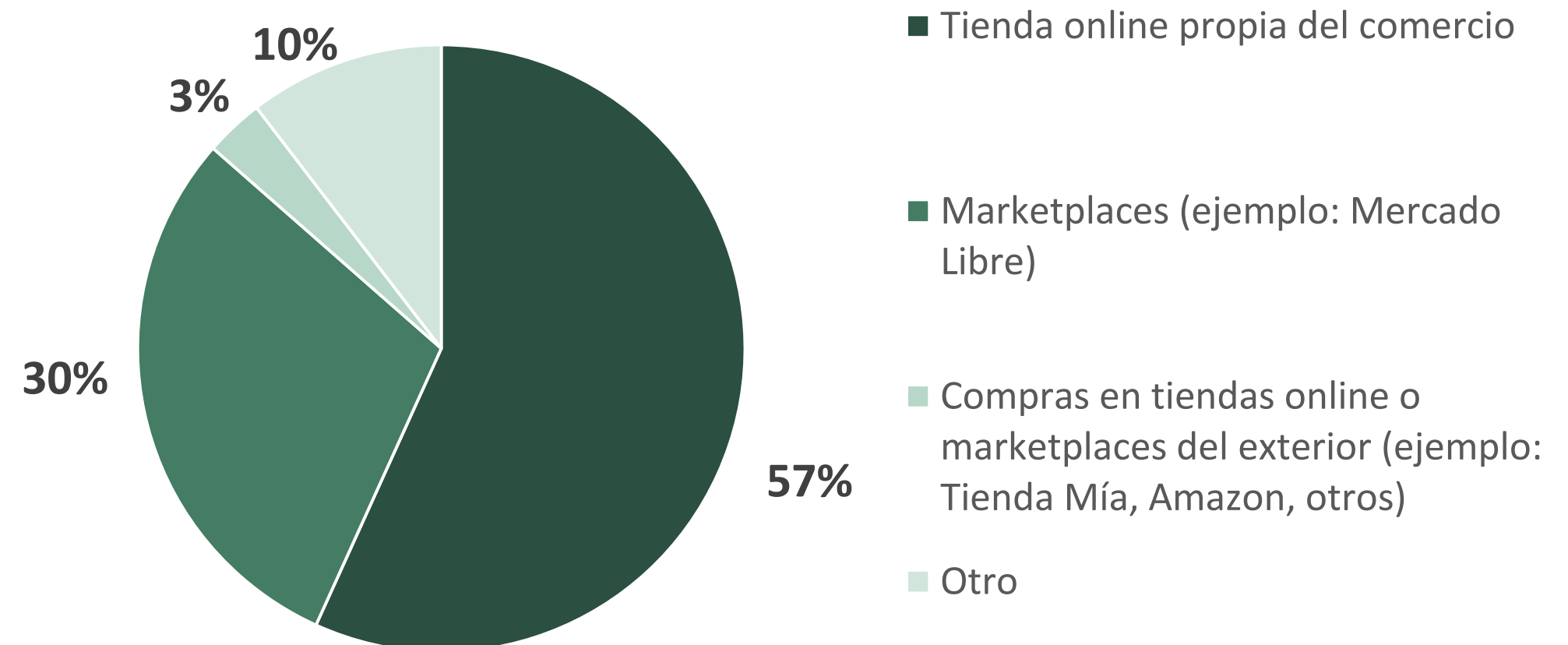


*¿A través de qué medios buscó y compró los productos en ocasión del **Día de la Madre 2024**?*

Principales Resultados

- En relación a aquellas personas que compraron el regalo en un local comercial, aproximadamente la mitad fueron a locales comerciales ubicados en los Shoppings (46%), seguido por locales comerciales ubicados en las principales avenidas comerciales (35%), y Supermercados (8%), con una menor participación. En los restantes casos (11%), entre las respuestas más frecuentes se encuentran ferias artesanales y barriales, y emprendedores locales.
- Entre las personas que compraron en el canal online, el 57% la realizó en la tienda online propia del comercio, seguido por las compras realizadas en diferentes marketplaces, con una menor incidencia, en este caso del 30%.

*¿Podría especificar en qué tipo de espacio online realizó la compra para el **Día de la Madre 2024**?*

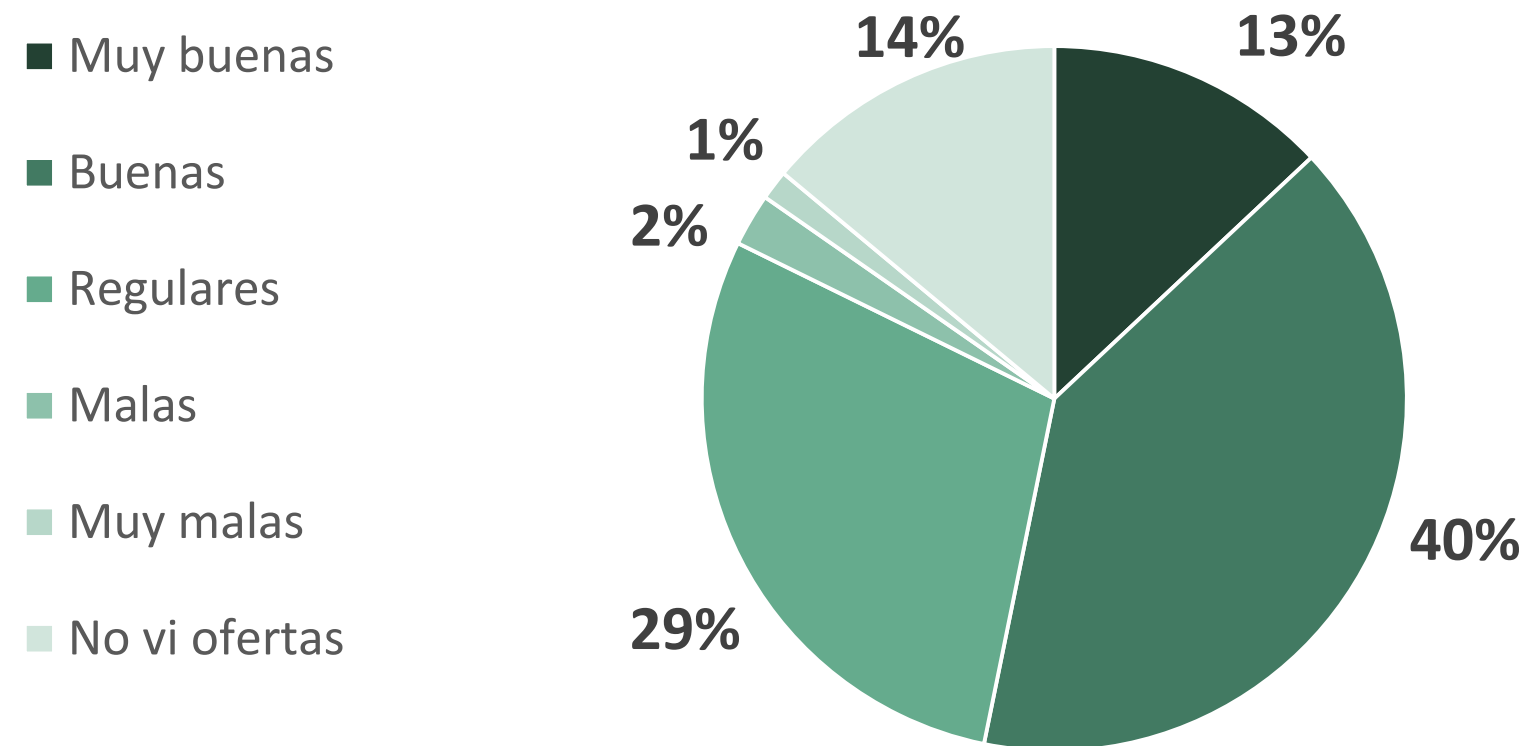


Principales Resultados

- Del total de personas que sí compraron algún regalo, el 55% de ellas realizaron la compra una semana antes de la fecha de la celebración, mientras que el 41% compró el día previo. Apenas el 4% lo hizo un mes antes.
- En cuanto al gasto promedio por regalo, las respuestas se dividieron de forma relativamente equitativa entre los diferentes rangos propuestos: un 20% gastó por encima de \$ 3.000, 16% gastó entre \$2.000-\$3.000, 17% entre \$1500-\$2000, 25% entre \$1000-\$1500, y finalmente un 22% gastó por debajo de \$1000.
- En referencia a los medios de pago utilizados, se destacó el uso de la tarjeta de crédito con una incidencia del 53%, seguido por la tarjeta de débito con una participación del 31%. El pago con dinero efectivo representó un 12% y las transferencias bancarias un 4%. El pago en redes físicas de cobranza prácticamente no se utilizó.
- Dentro de las categorías de productos comprados, Vestimenta, calzado y/o accesorios fue el más elegido para este Día de la Madre, seguido por Perfumería y cosmética. Con menores niveles de participación se posicionaron Artículos para el hogar y decoración, Joyería y/o accesorios, y Artículos electrónicos.
- En el momento de la decisión de compra, entre los factores más influyentes se destacan por orden de incidencia, el precio, la utilidad, y la calidad utilidad del regalo seleccionado, mientras que con menor participación se encuentra el factor marca.

Principales Resultados

- Más de la mitad de las personas encuestadas evalúan a las ofertas que se realizaron con motivo de la celebración del Día de la Madre, como buenas o muy buenas (53%). A su vez, un 29% evaluó las ofertas para esta fecha comercial como regulares y un 14% declara no haber visto ofertas.



*¿Cómo evalúa las ofertas que se realizaron para las **Día de la Madre 2024?***

- Finalmente, entre aquellas personas que sí recibieron y/o evaluaron ofertas, lo hicieron directamente tanto en las tiendas físicas como en los canales digitales, siendo ambas las respuestas más frecuentes, seguido por la publicidad en redes sociales, como Instagram y Facebook. Con menor incidencia, surge la disponibilidad y evaluación de ofertas a través de e-mails.

TENDENCIAS DE CONSUMO

Día de la Madre



- Agradecemos especialmente a todas aquellas personas que formaron parte de dicho relevamiento y se tomaron el tiempo para contestar la encuesta.
- En caso de consultas o requerir mayor información, por favor contactarse con los siguientes referentes:

Cámara de Economía Digital del Uruguay: contacto@cedu.org.uy

Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay: info@cncs.com.uy