eurek now
New Thinking

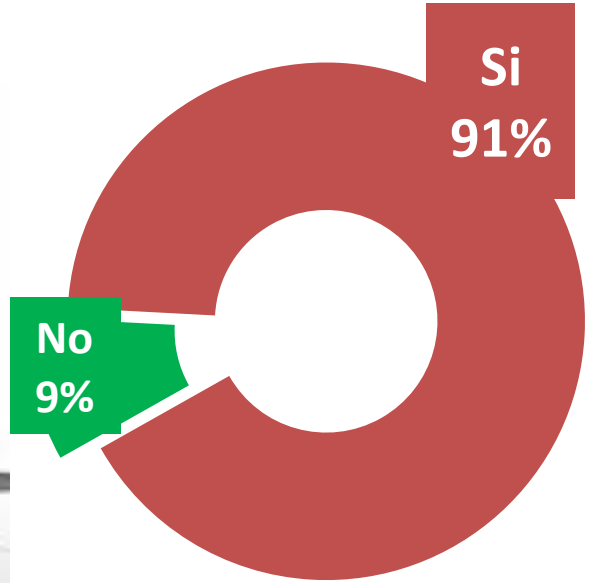
El comportamiento del consumidor ecuatoriano en la Navidad 2016

2016

© 2016 Eureknow. All rights reserved. Contains Eureknow' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Eureknow.

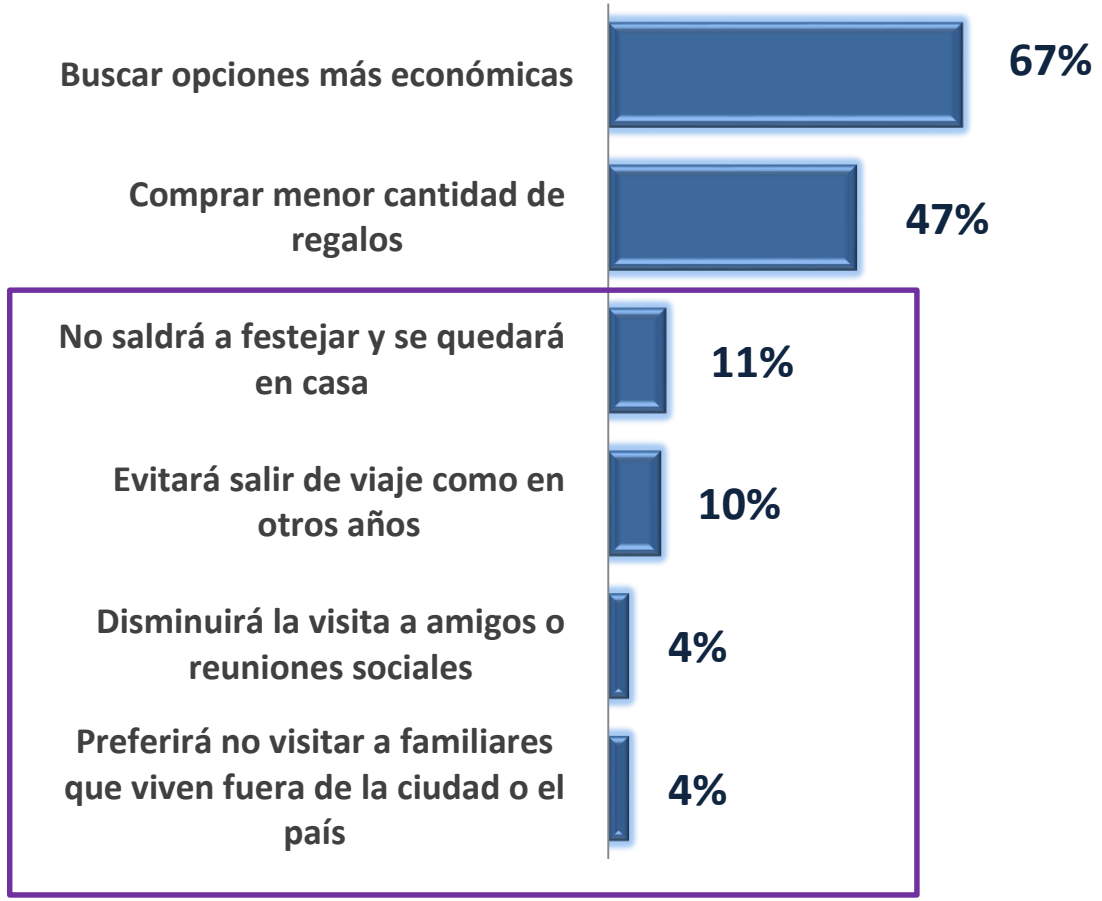
La gran mayoría percibe crisis económica

¿Usted cree que el Ecuador está en crisis económica?



La gran mayoría perciben un escenario de crisis económica en el país, por lo tanto buscarán realizar ahorros y "estirar su presupuesto al máximo" buscarán sentir que hacen rendir su dinero. Además restringirán algunas de sus actividades o festejos en grupo.

¿Qué estrategias tomará para las compras de navidad de este año?



Base: 380 personas

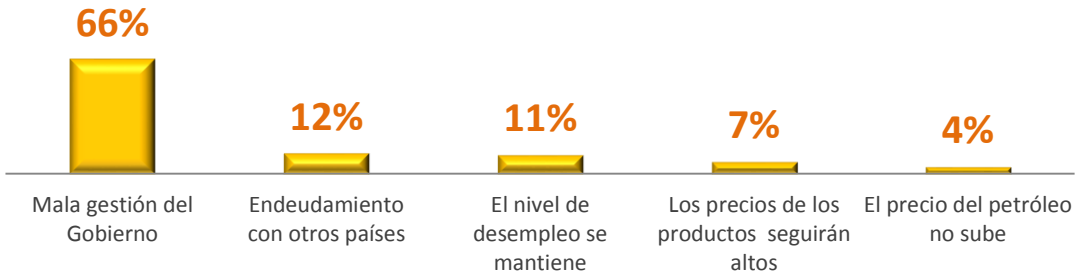
Para la mayoría de la población el próximo año seguiremos en crisis económica, principalmente debido a la mala gestión del Gobierno y a la falta de dinero.

Pensando en el próximo año 2017. Cree que la situación del país..

42% piensa que…

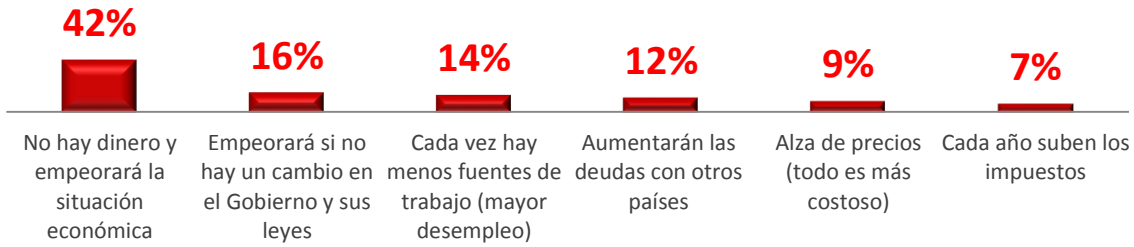
Será igual que el 2016

¿Por qué piensa que será …. que el 2016?



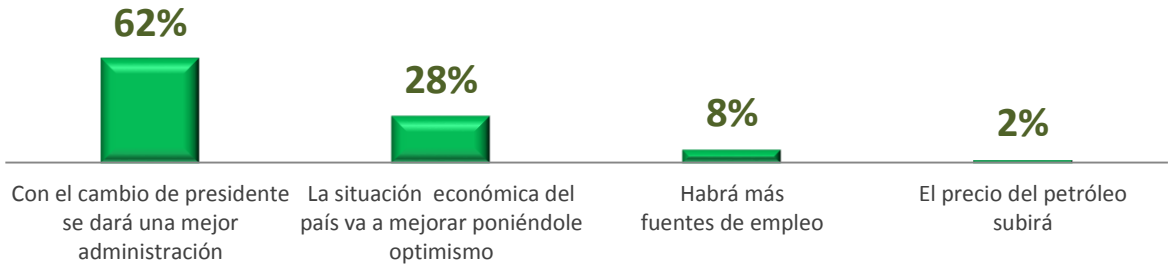
33% piensa que…

Será peor que el 2016



25% piensa que…

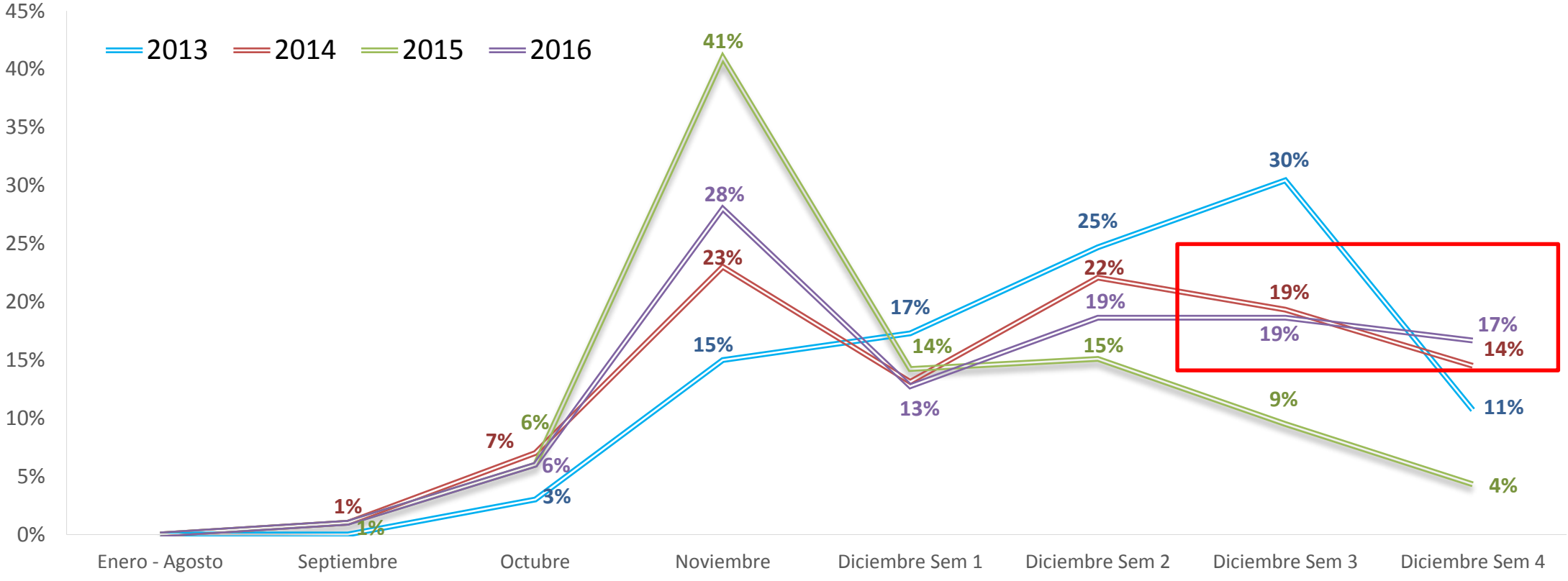
Será mejor que el 2016



Base: 380 personas

Existe una mayor tendencia de los consumidores a postergar sus compras navideñas para las últimas semanas de diciembre.

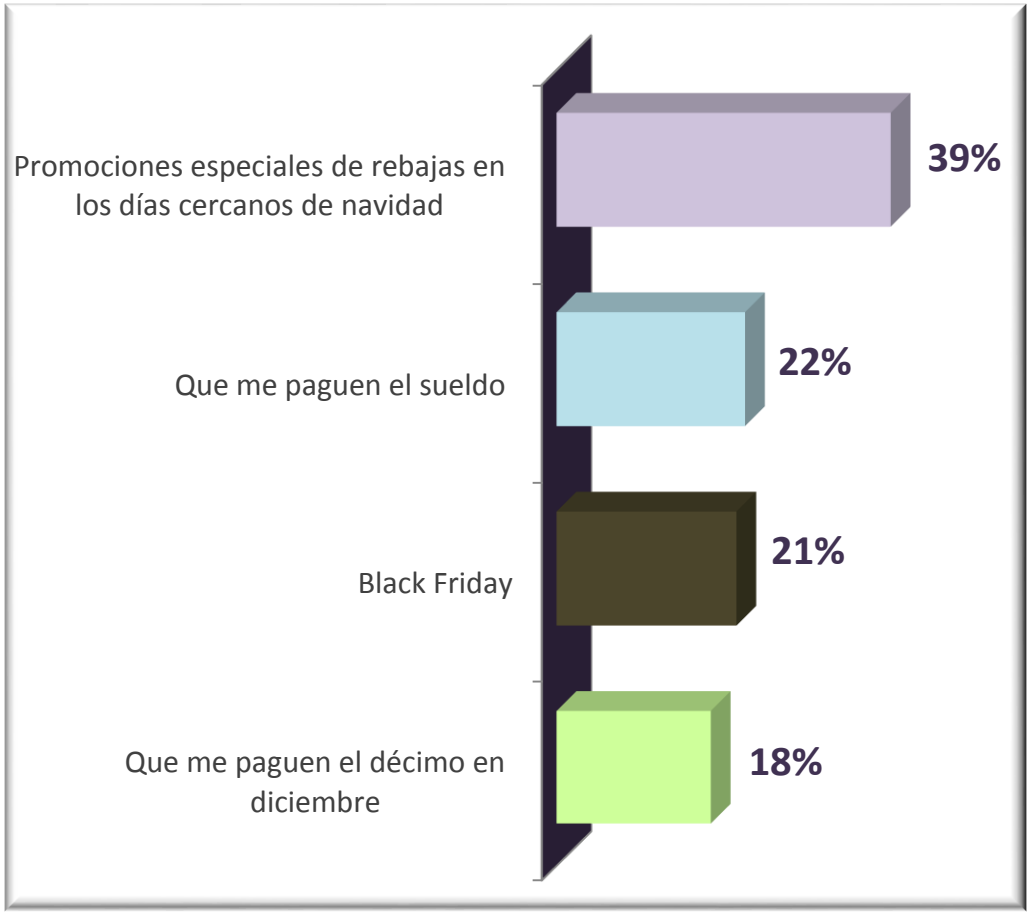
¿En qué fecha piensa comprar los regalos para sus amigos o familiares?

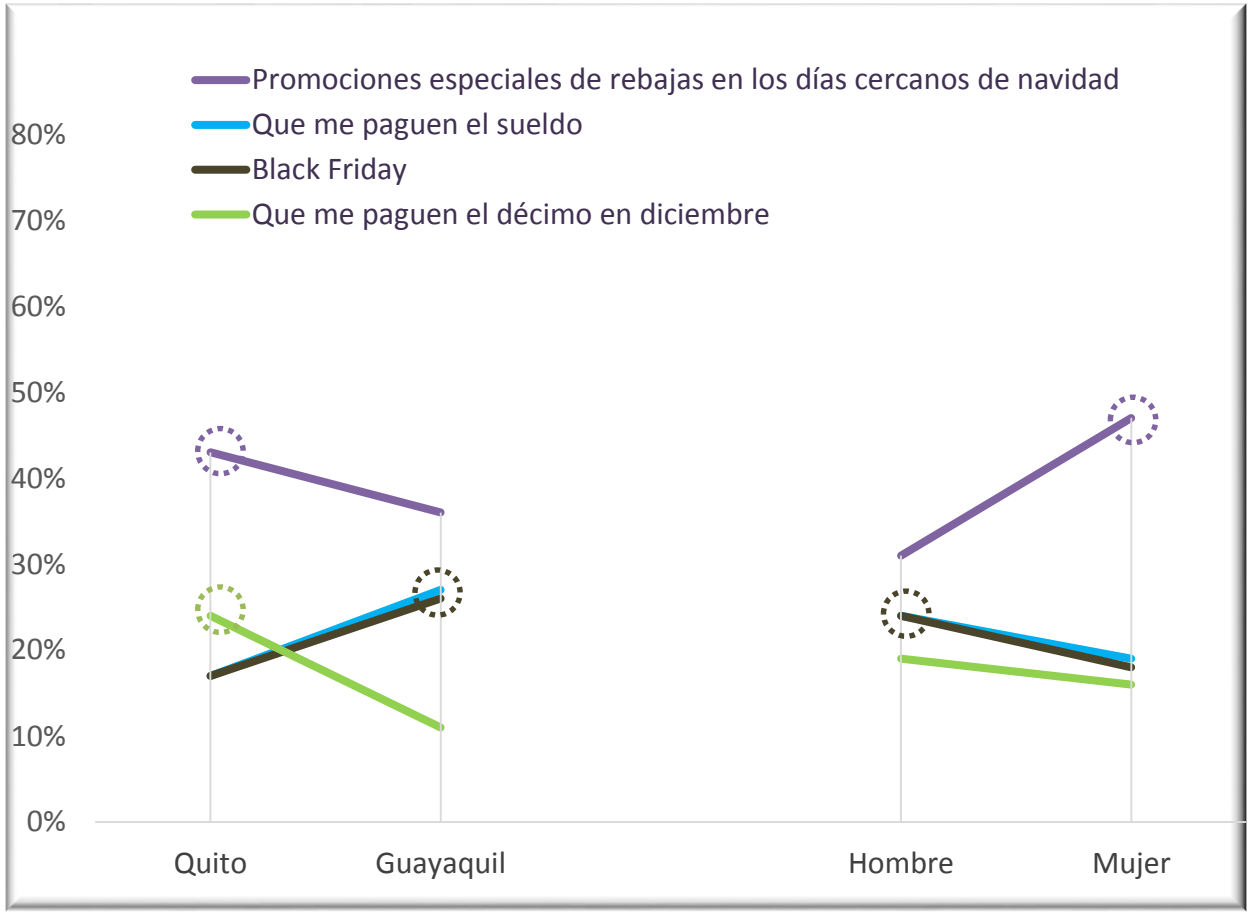


Base: 380 personas

Las mujeres y sobre todo de Quito esperarán las rebajas especiales de diciembre para sus compras navideñas, mientras que los hombres sobre todo de Guayaquil tienen expectativas sobre los atractivos precios del Black Friday.

De las siguientes opciones ¿Cuál le motivaría más para iniciar sus compras de Navidad?

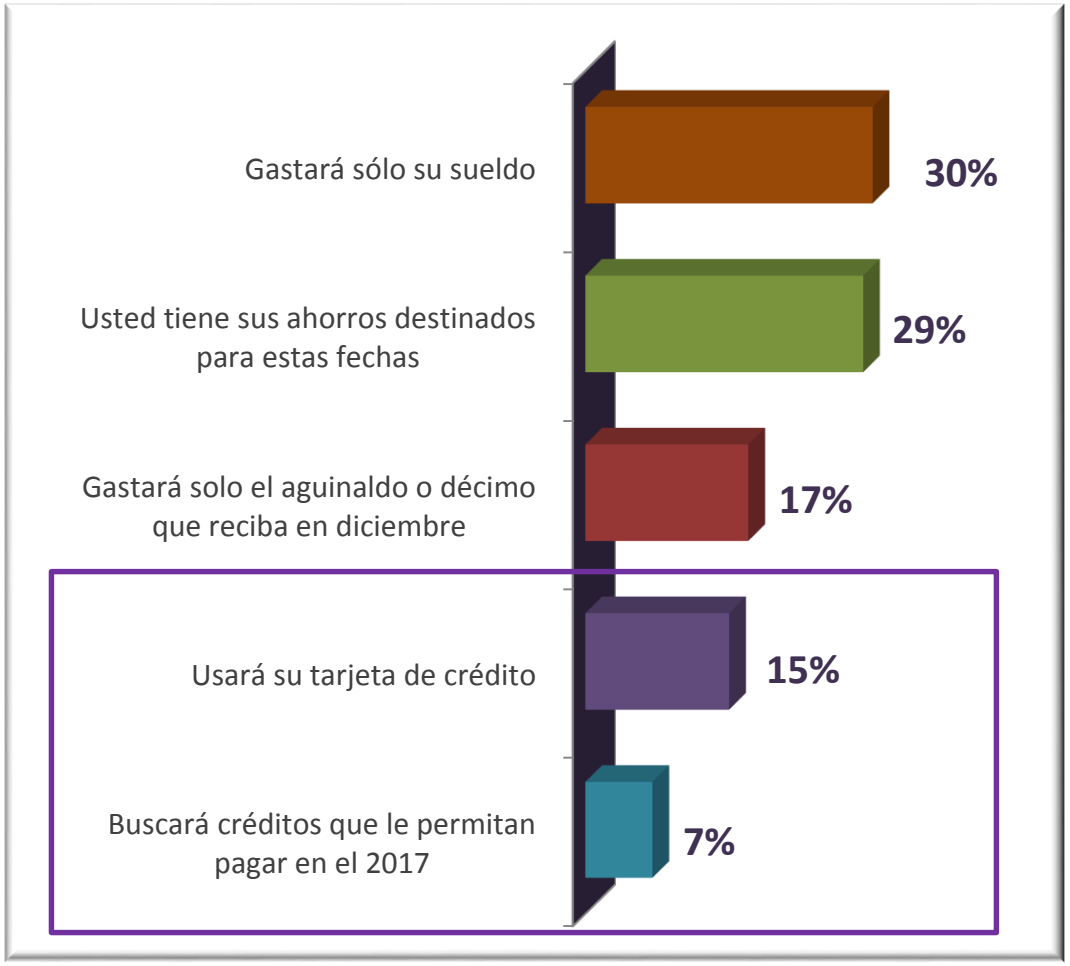


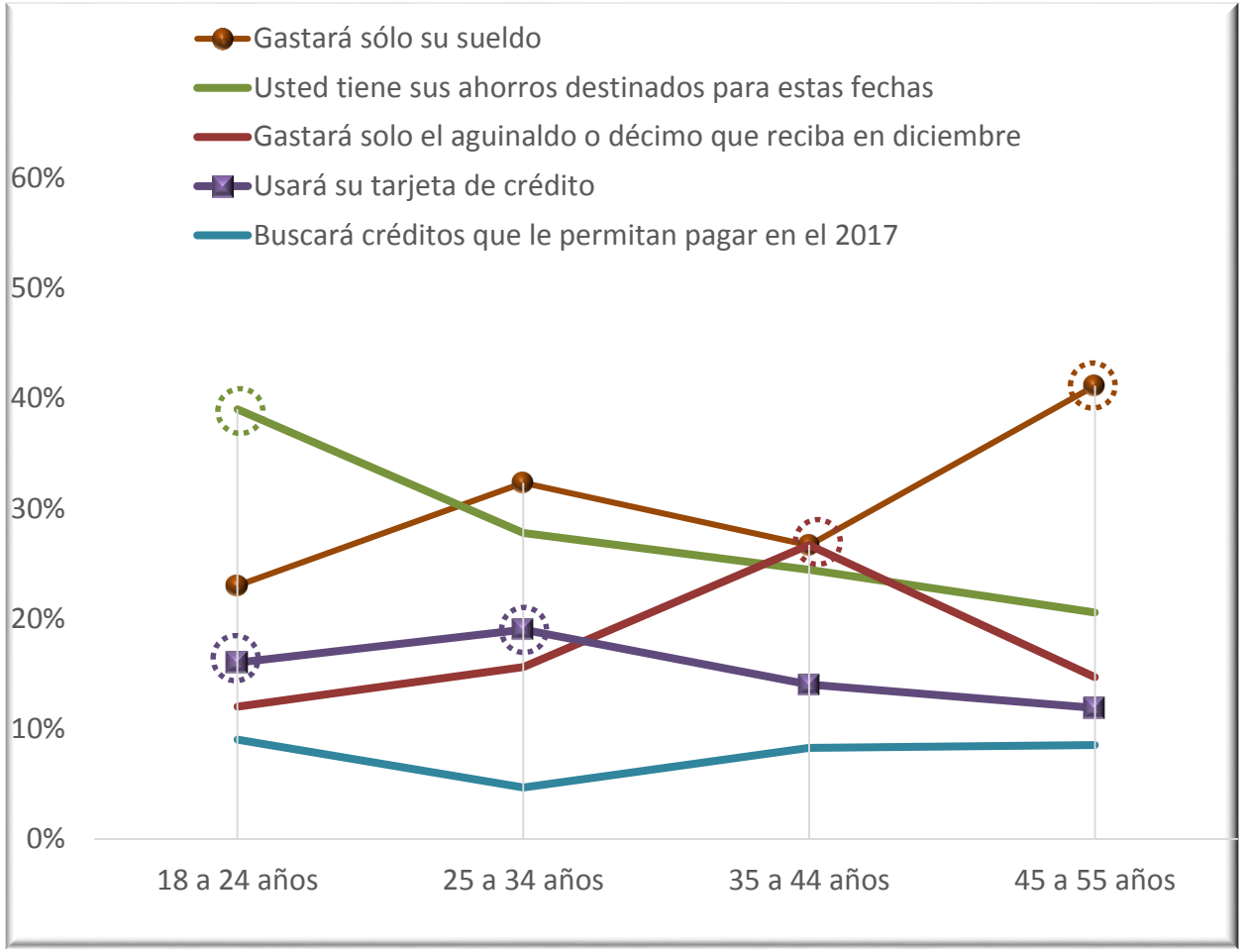


Base: 380 personas

Dos de cada diez personas están dispuestas a endeudarse (con tarjeta de crédito o crédito de consumo) para realizar sus compras. Este comportamiento es más fuerte sobre todo en edades de 18 a 34 años. Los mayores prefieren no endeudarse y gastar solo sus sueldos o aguinaldos de temporada.

Pensando en el dinero que destinará a las compras de navidad ¿Con cuál de estas opciones cubrirá sus compras?





Base: 380 personas

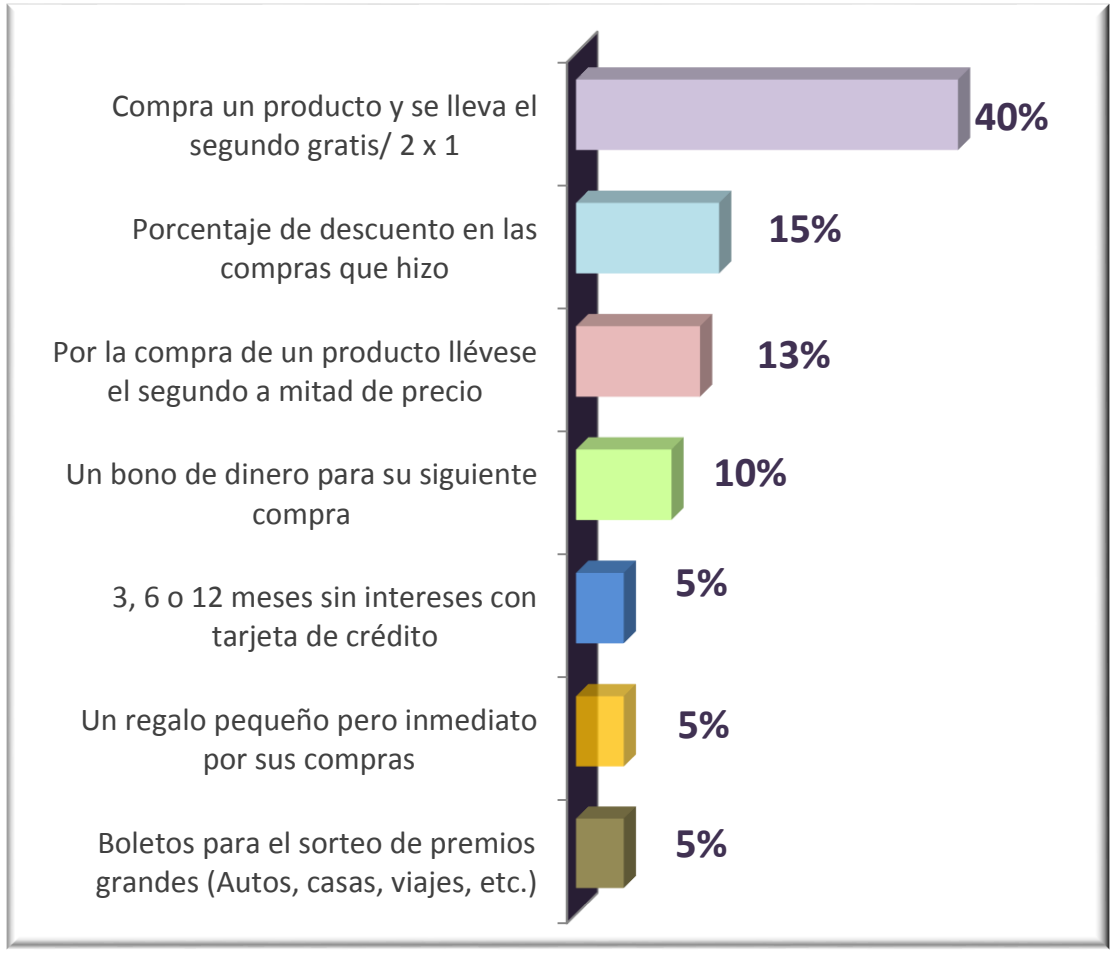
Un 42% de entrevistados tienen intención de realizar sus compras en las grandes tiendas. Los niveles socioeconómicos más bajos, acudirán a los centros comerciales del ahorro o a las populares bahías.

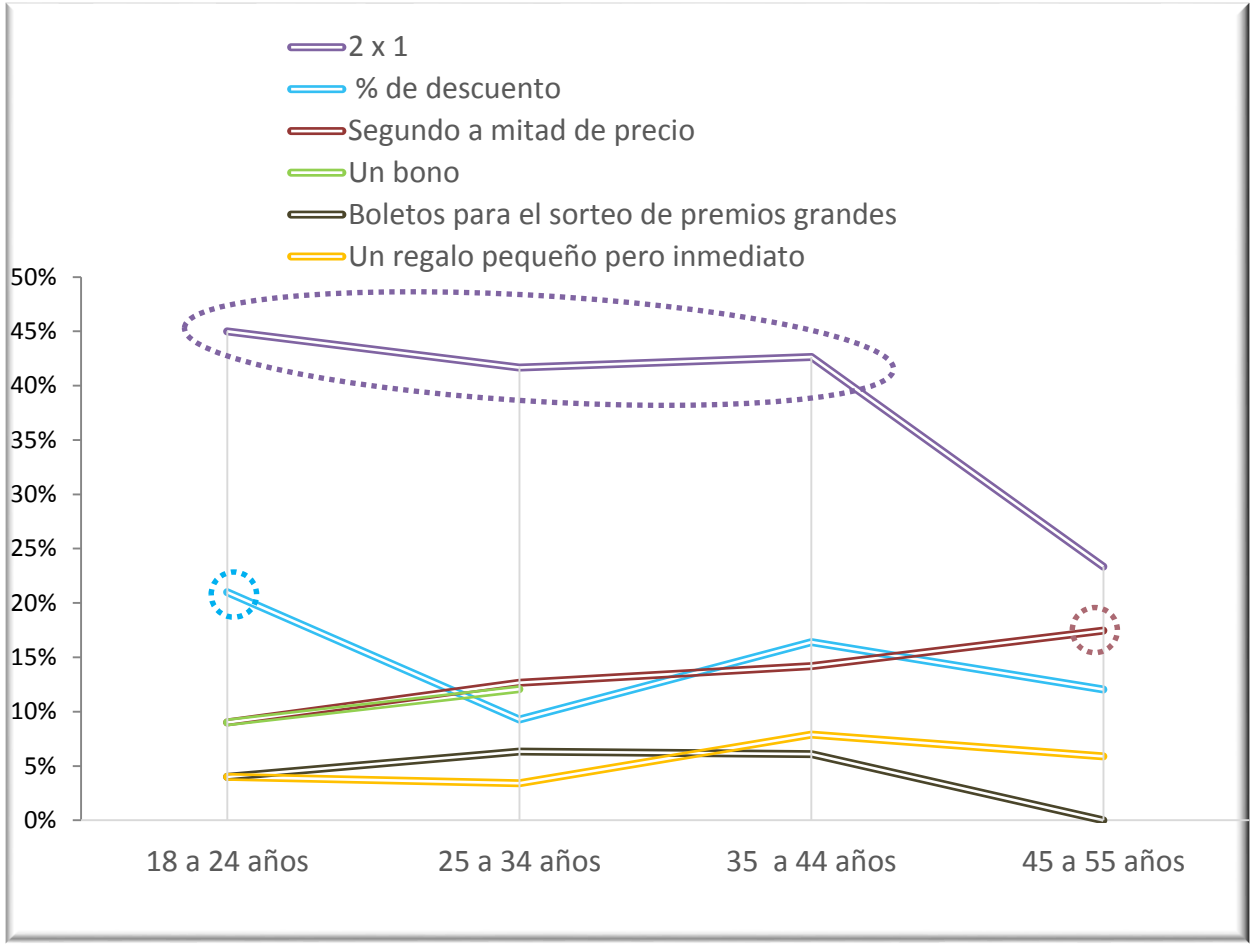
De las siguientes opciones dígame el lugar en donde realizará sus compras navideñas

Base: 380 personas

La promoción 2x1 es una de las más atractivas para los jóvenes ya que genera mayor impacto en los consumidores, pues la oportunidad de adquirir un producto "gratis" y obtener un beneficio adicional es lo que más gatillaría su intención de compra.

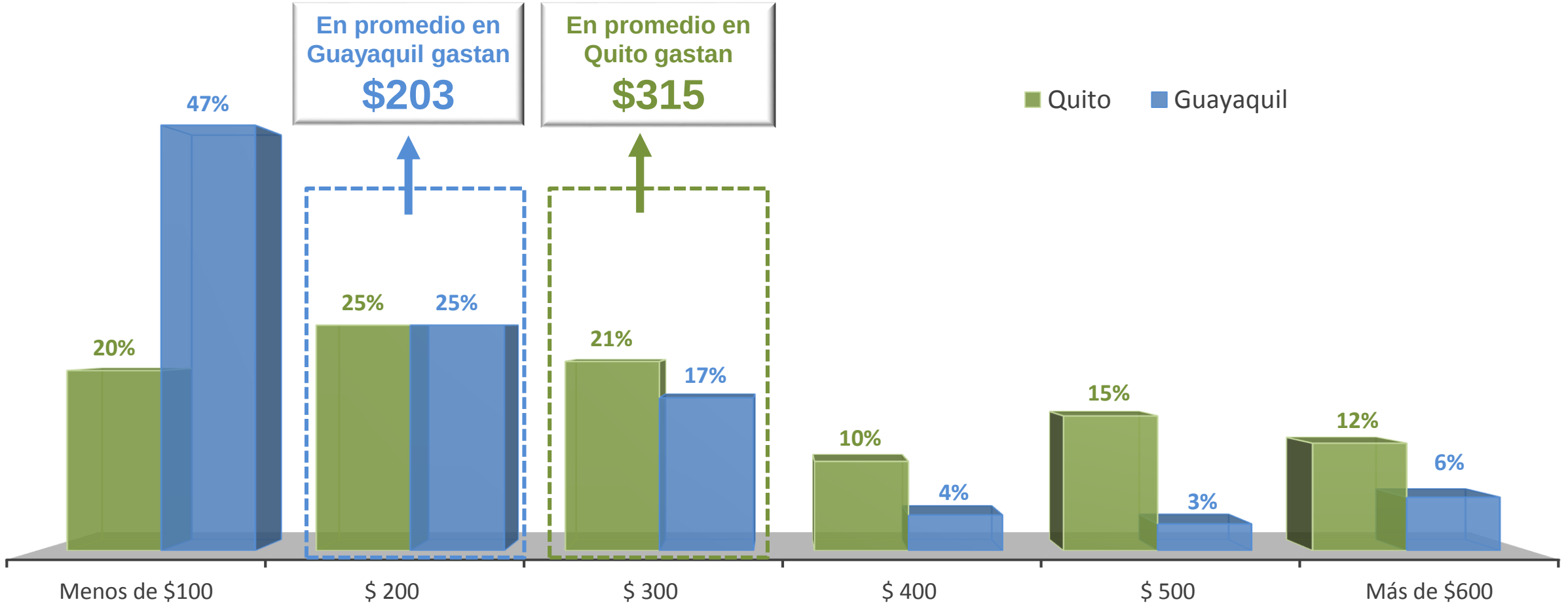
Del siguiente listado por favor escoja la promoción que más le motivaría a comprar regalos de navidad.





Base: 380 personas

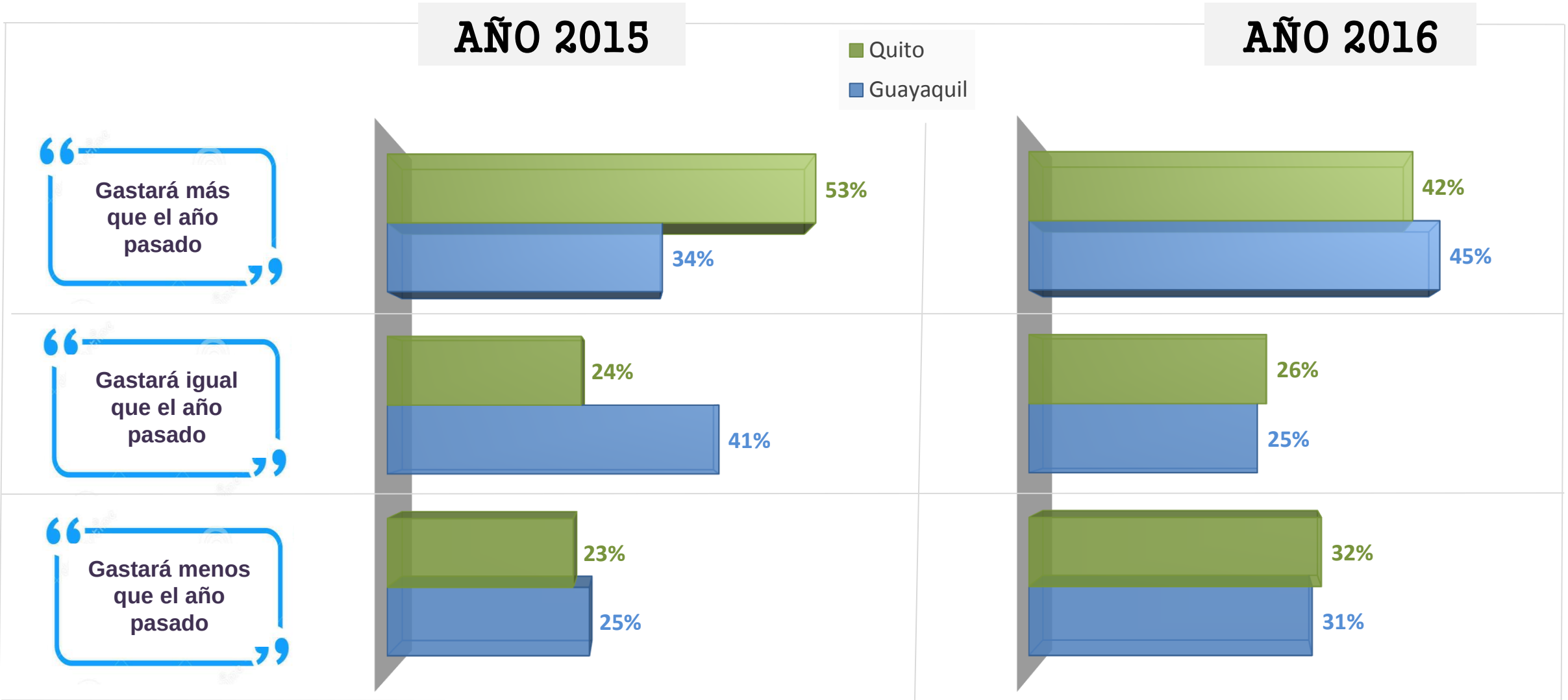
Los quiteños están dispuestos a gastar más que los guayaquileños, pues casi 1 de cada 2 de estos últimos máximo gastaría $100 para esta navidad.



¿Cuánto piensa gastar en las compras de regalos para sus amigos y familiares?

Base: 380 personas

Sobre todo los guayaquileños perciben que gastarán más que el año pasado para comprar la misma cantidad de regalos o menos.



¿Usted cree que en esta Navidad?

Base: 380 personas

Efectivo

75%

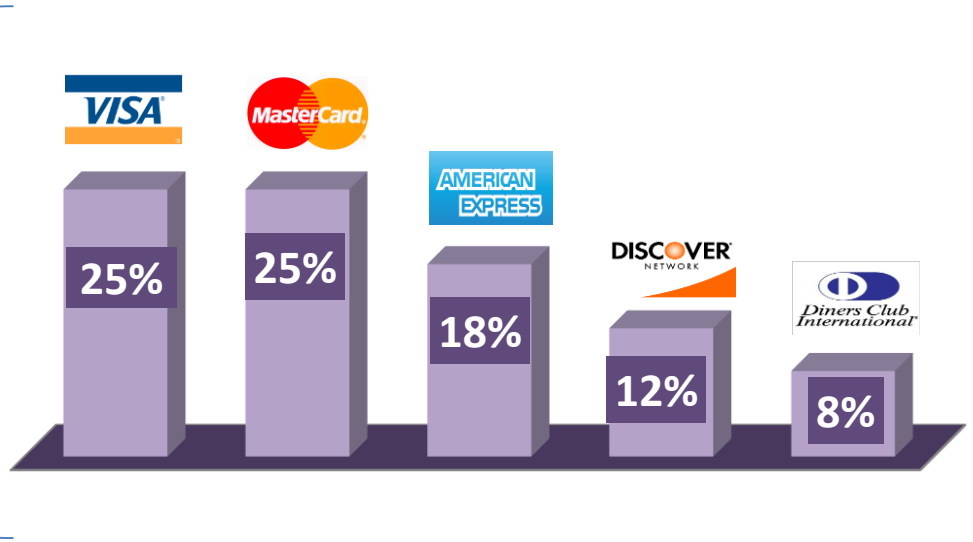
Uno de cada cuatro consumidores tienen como principal opción de pago su tarjeta de crédito, de ellos una cuarta parte pretende realizar consumos corrientes.

Tarjetas de crédito

25%

- Diferido **76%**
- Corriente **24%**

¿La mayoría de sus compras las hizo o las hará?



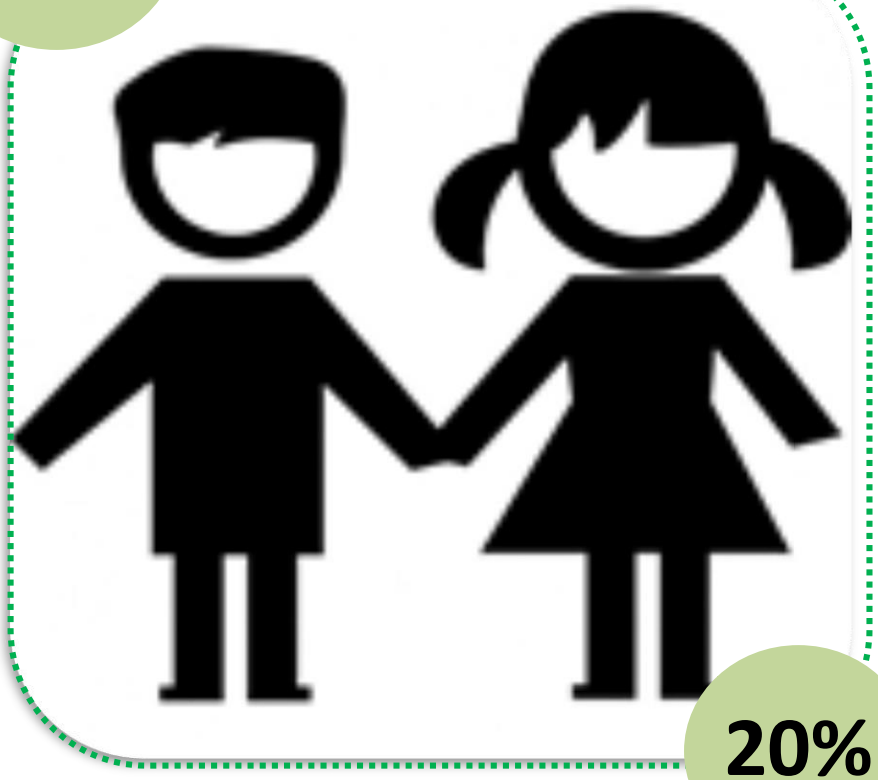
¿Qué marca de tarjeta de crédito preferiría usar para las compras de Navidad?

Base: 380 personas

¿Quién NO se puede quedar sin regalo? 73% respondieron que su hijos o sobrinos deben tener su regalo.

53%

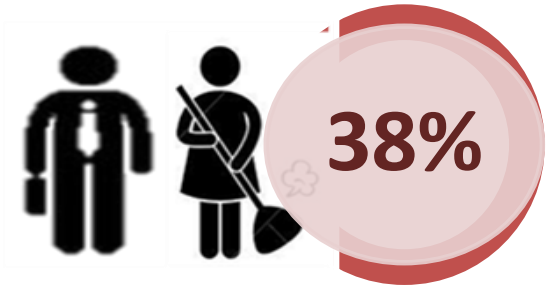
Hijos menores de 18 años



20%

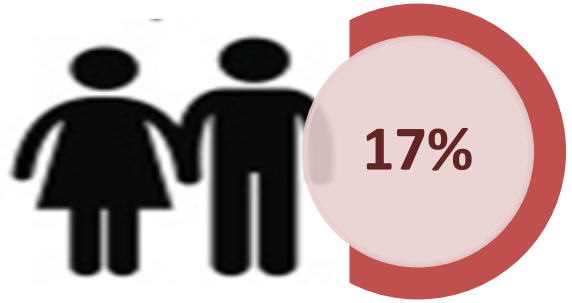
Sobrinos menores de 18 años

Padres

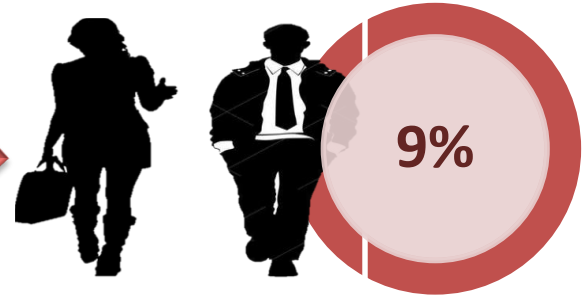


Esposo/a

Hermanos/as



Hijos mayores de edad



Pensando en regalos para Navidad ¿A quiénes no puede dejar de comprarles su regalo ?

Base: 380 personas

Se priorizarán compras de ropa y juguetes minimizando compras de tecnología o electrodomésticos

¿Qué productos comprará menos en esta navidad?

Tecnología

25%

Electrodomésticos

23%

¿Qué regalos preferirá comprar?

Ropa y zapatos

55%

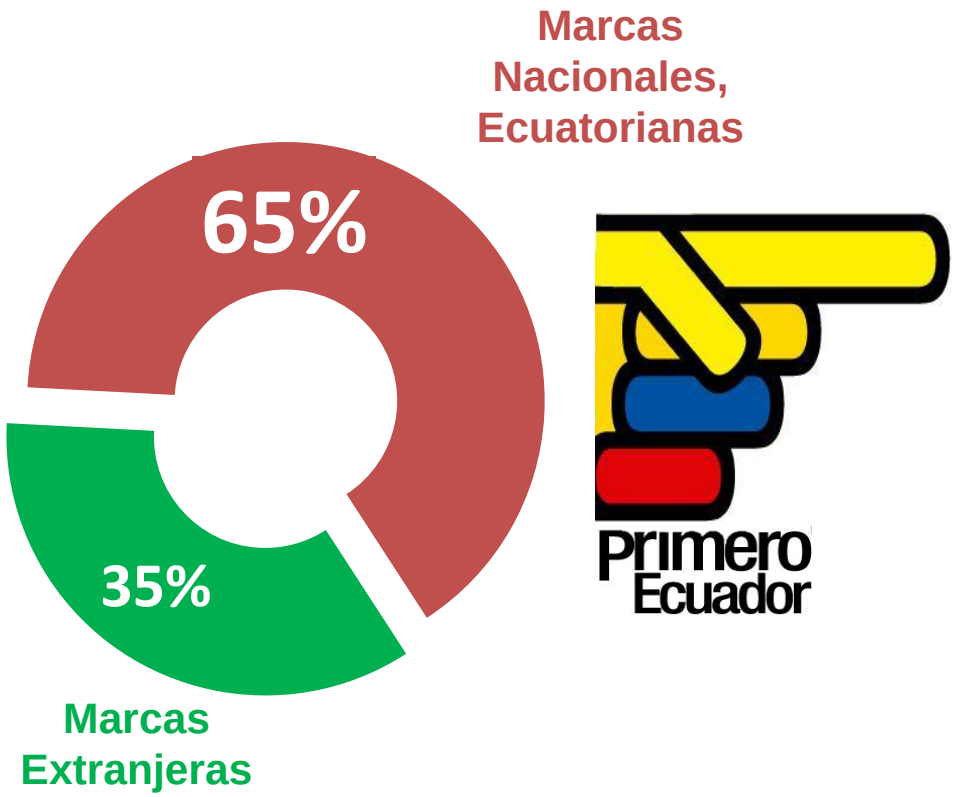
Juguetes

31%

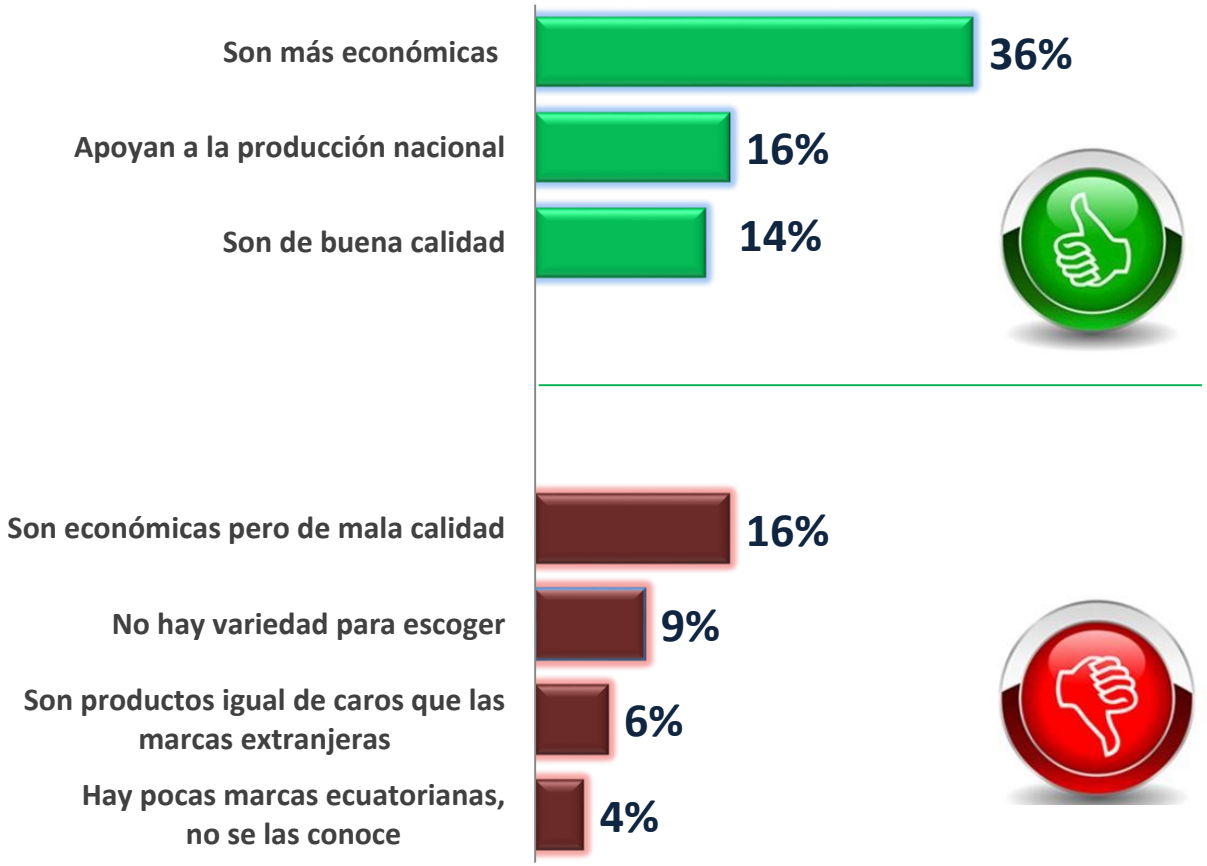
Base: 380 personas

Las marcas nacionales son una opción para lograr economía a la vez que se percibe un apoyo hacia el país.

¿Qué tipo de marcas preferiría comprar para esta navidad?



¿Usted cree que las marcas nacionales o ecuatorianas son?



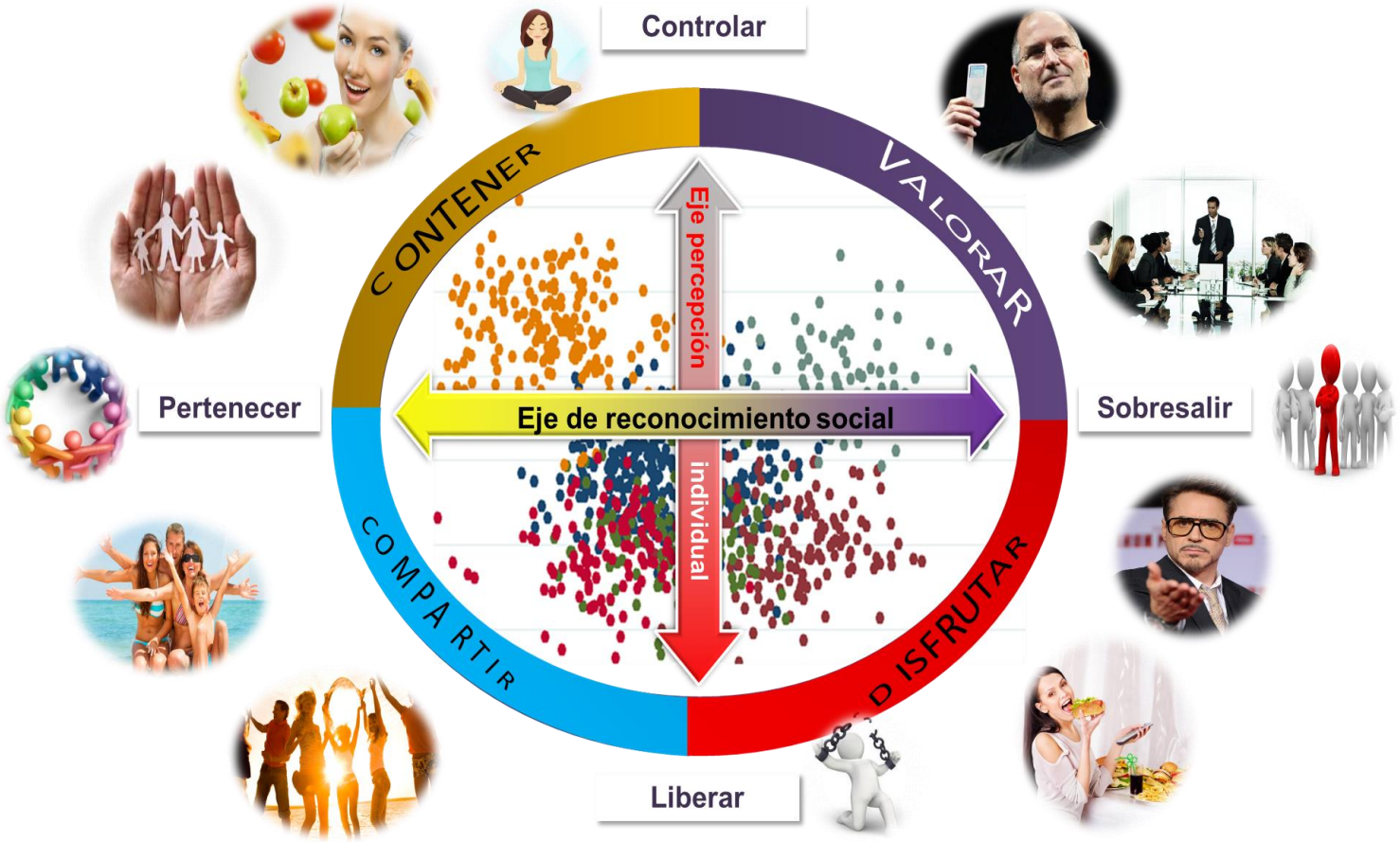
Base: 380 personas

Modelo de necesidades emocionales MDNE*

… efectivamente,… se trata de marcas,… y también de la gente.

El MDNE es una herramienta estratégica que permite obtener una visión 360 del consumidor, entendiendo sus necesidades emocionales más profundas y los elementos que mueven al individuo a consumir, marcas, empaques, productos.

Al comprender las necesidades emocionales, una empresa o una marca puede dirigirse más eficazmente hacia un segmento de la población mediante un correcto enfoque en su publicidad, productos, promociones y estrategias de atención e interacción con el cliente.

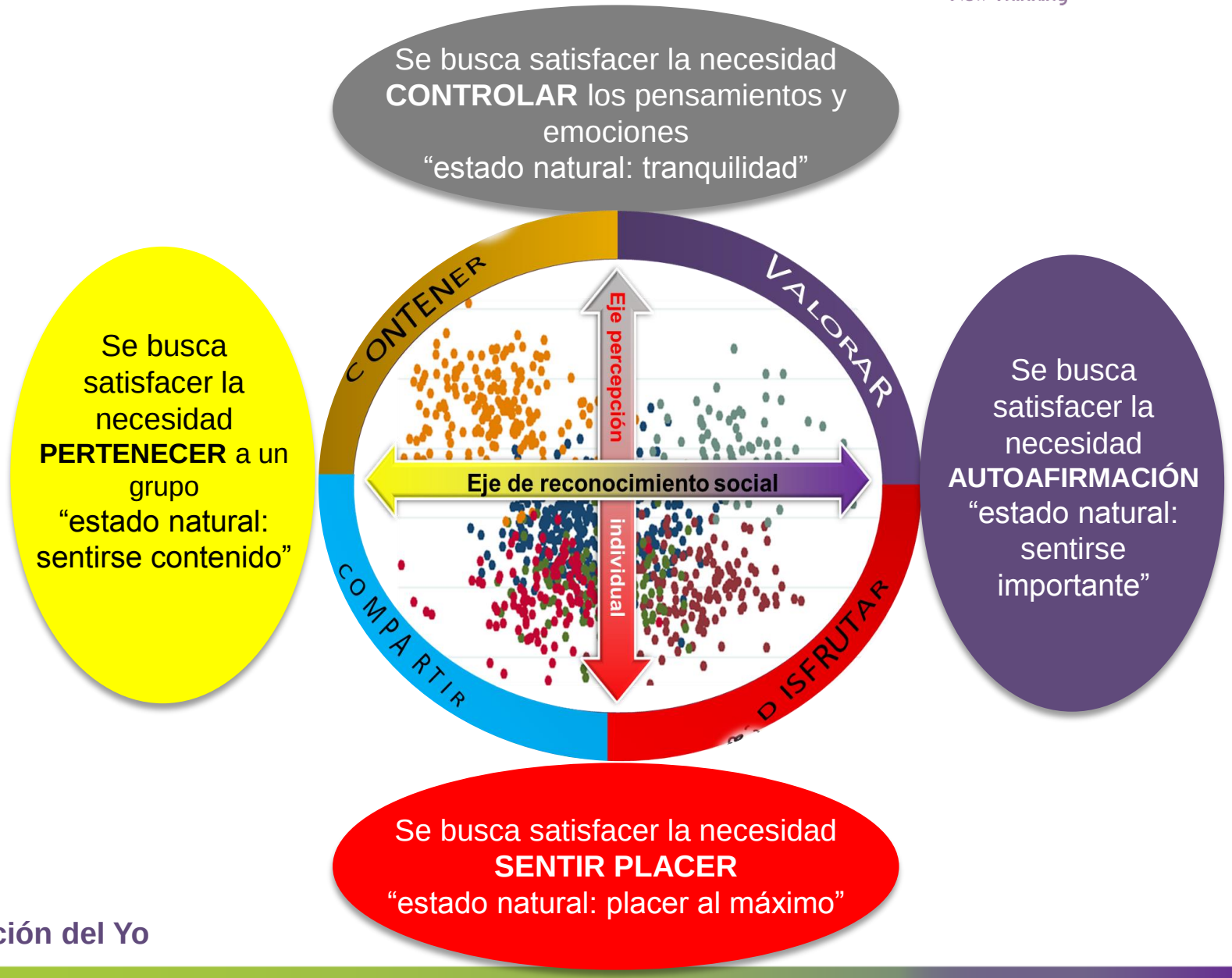


* Basado en la teoría psicoanalítica de constitución del Yo

Modelo de necesidades emocionales MDNE*

*Las personas rigen su comportamiento sobre dos ejes básicos: un **eje individual** donde se ubican las **motivaciones más placenteras** y las **de control, restricción**; otro **eje social** que contrapone la **motivación de pertenecer** de la de **sobresalir** frente a los demás.*

En marketing el éxito se apuntala en la conexión que las marcas logran con las motivaciones humanas más profundas.

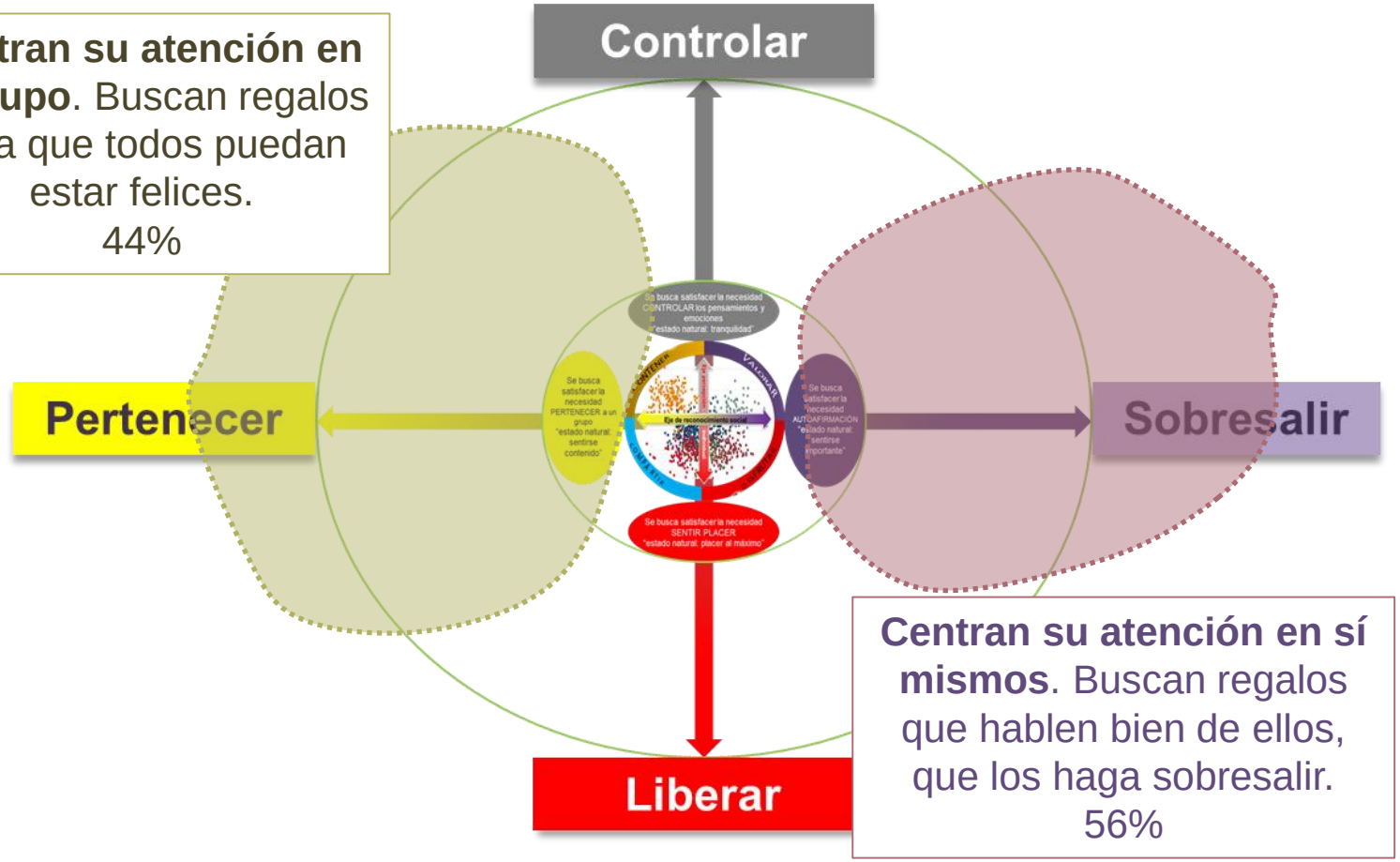


*** Basado en la teoría psicoanalítica de constitución del Yo**

Modelo de necesidades emocionales

Respecto del comportamiento del consumidor en navidad se determinaron dos patrones generales claramente definidos.

Centran su atención en el grupo. Buscan regalos para que todos puedan estar felices.
44%



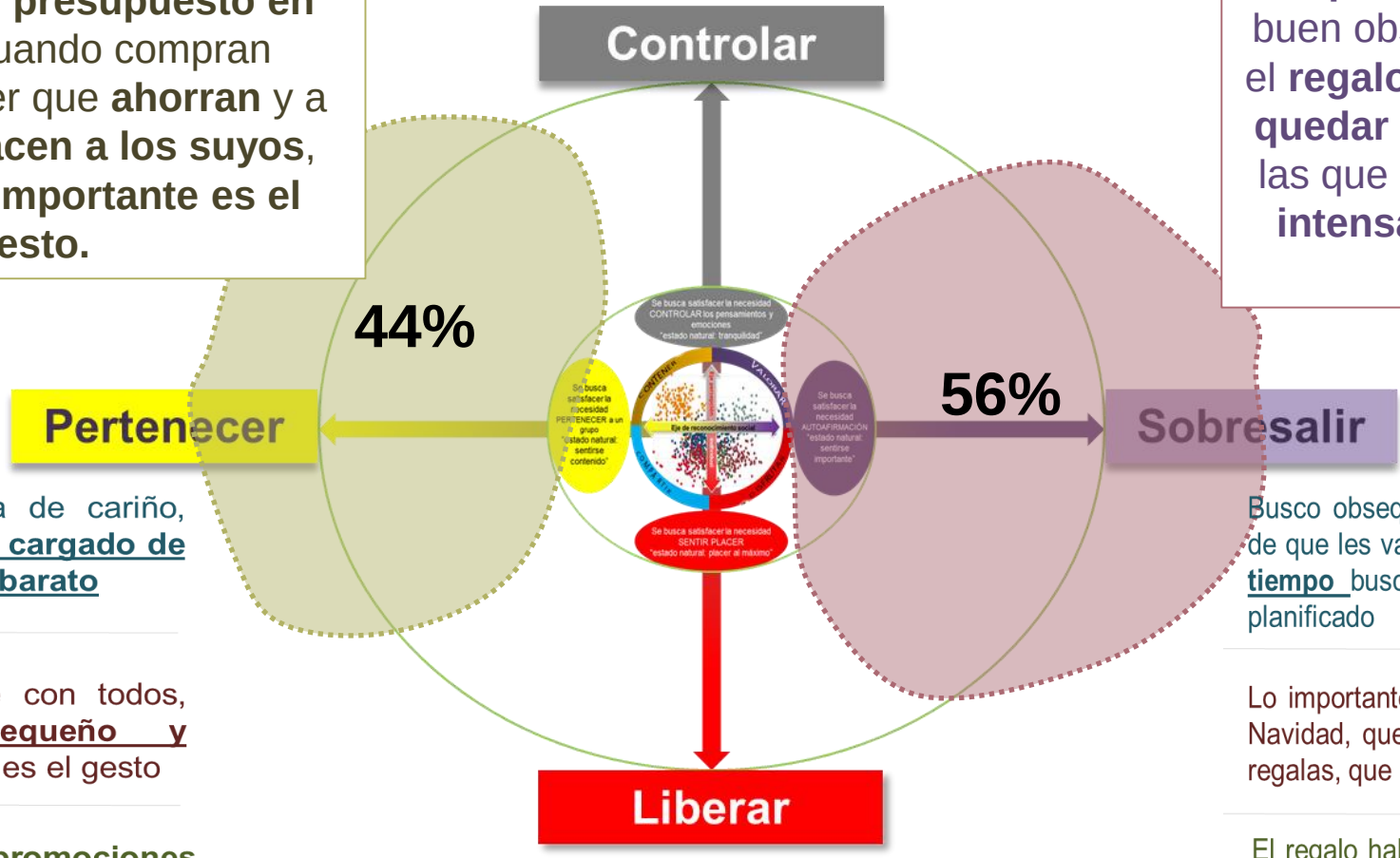
Centran su atención en sí mismos. Buscan regalos que hablen bien de ellos, que los haga sobresalir.
56%

Base: 380 personas

Modelo de necesidades emocionales

Optimizan su presupuesto en Navidad, cuando compran necesitan saber que **ahorran** y a la vez **complacen a los suyos**, para ellos lo **importante es el gesto.**

Invierten el presupuesto y tiempo necesarios para elegir un buen obsequio pues sienten que el **regalo habla de ellos** y deben **quedar bien** con las personas a las que se lo regalan. **Disfrutan intensamente** de realizar sus compras.



El regalo es una muestra de cariño, puede ser **algo pequeño y cargado de amor, no importa que sea barato**

Se debe tener un detalle con todos, aunque sea **algo pequeño y económico**, lo que importa es el gesto

Me gustan las ofertas y promociones en navidad que me permitan comprar todo en el mismo lugar

Busco obsequios para cada persona y me aseguro de que les vaya a encantar, aunque me tome mucho **tiempo** buscándolo y **gaste un poco más** de lo planificado

Lo importante es comprar **buenos obsequios** en Navidad, quedar bien con la persona a quien se lo regalas, que luego hablen bien de ti.

El regalo habla de mí, por eso debo comprar **algo bueno y lindo, aunque cueste más.**

Base: 380 personas

Modelo de necesidades emocionales

Conocer la motivación de cada segmento es vital para una exitosa comunicación con el cliente.

Estrategias definidas en base a **lo que interesa a los segmentos motivacionales**

Transforma el **gasto publicitario** en **inversiones de alto rendimiento.**

¿Qué inquietudes debo responder para planificar mi estrategia de marketing ante estos segmentos de clientes?

Modelo de necesidades emocionales

Feliz Navidad
eureknow
New Thinking
Contáctanos:
mail to: Jheovany.Mejia@eureknow.com
mail to: Katia.Landin@eureknow.com
www.eureknow.com