

REGALOS EN EL DÍA DE LA MADRE

Informe GfK



Lima, Mayo del 2013

Conclusiones

¿Y AHORA QUÉ COMPRO? Las ofertas por el día de la madre

- En esta ocasión GfK realizó un sondeo de opinión a las personas que sí realizarían regalos en esta fecha.
- Para este día de la madre, la gran mayoría no tiene todavía comprado su regalo. Como en años anteriores, casi dos tercios de la población recién hace sus compras el día sábado o incluso domingo. Quienes sí se han adelantado son las personas de NSE A/B (43%). Mientras que las personas de NSE C y D lo harán principalmente el día sábado anterior al domingo festejado.
- A diferencia de años anteriores, este año la opción de tiendas tradicionales (como los puestos de mercados, florerías, entre otros) superó por algunos puntos a las formatos modernas (tiendas por departamento y supermercados). Los formatos modernos si son una primera opción en los segmentos A/B y C.
- Viendo no solo dónde compro sino qué compro, las opciones van dirigidas más a artículos relacionados a regalos muy personales como ropa, flores, perfumes, chocolates, entre otros.
- La ropa, aunque es una opción personalizada y la que más ha elegido la población de diferentes NSE, es importante destacar que de lejos, el NSE D/E quien más la adquiere. Y esto, porque la ropa es un regalo funcional, es decir, la decisión para la población está entre lo práctico y personalizado. Por ello, la segunda opción es definitivamente ropa para todos.
- Si las mujeres limeñas se regalasen a si mismas por el día de la madre, se observa que si bien todas eligen ropa, las mayores a 40 años son las que prefieren esta elección. Otro tema de interés es que ellas prefieren que les regalen más electrodomésticos de los que la gente está pensando comprar.

Intención de compra de regalos

¿A QUIÉN O QUIÉNES LE PIENSA COMPRAR ALGÚN REGALO?

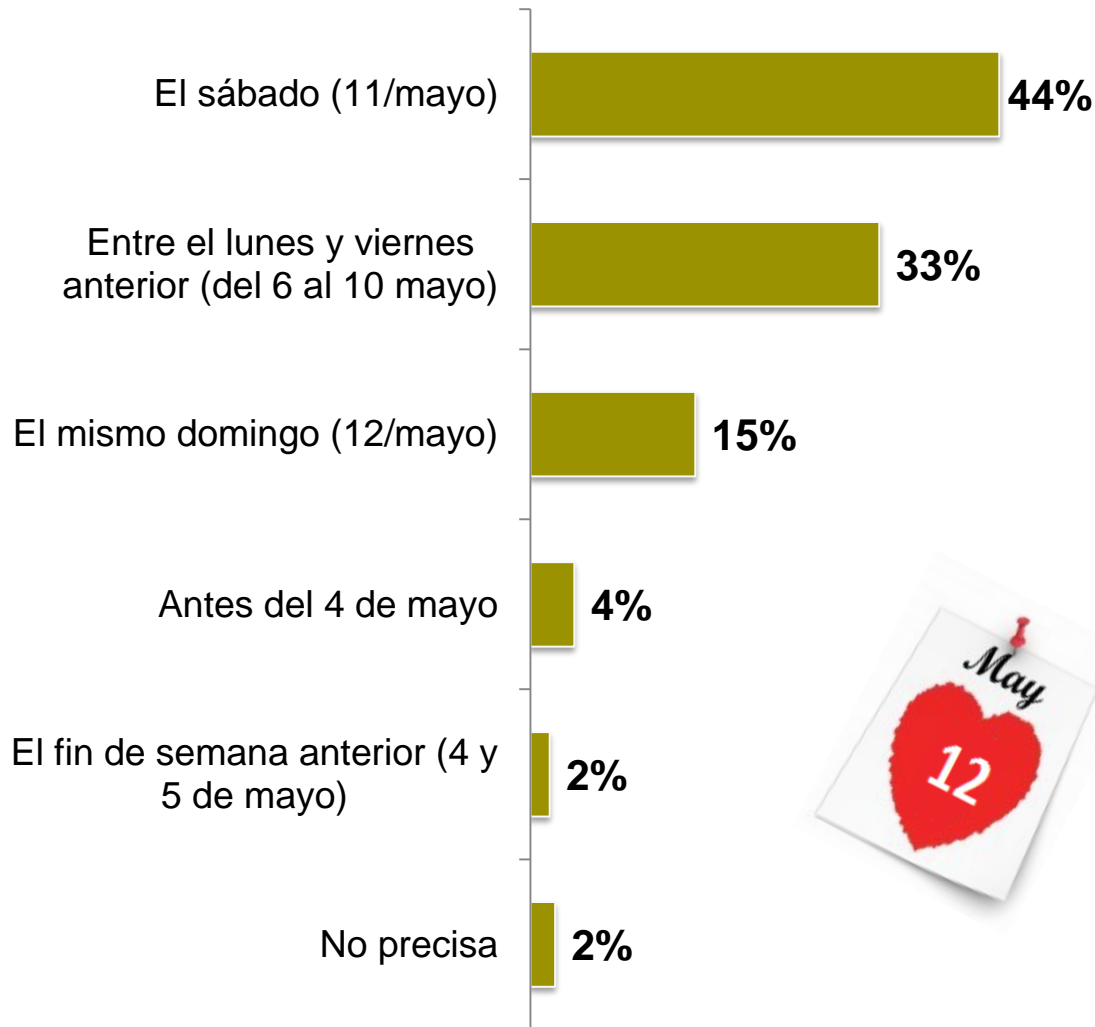


Las personas que más regalan son el grupo entre 18 y 24 años, mientras que los que menos lo hacen son los de 40 a más.

Así mismo, son las personas de NSE A/B los que más regalan mientras que los de NSE D son los que menos.

Base múltiple: Total de entrevistados que afirmaron que compraría un regalo por el día de la madre (540)

¿QUÉ DÍA PIENSA USTED COMPRAR EL/LOS REGALO(S)? (asistida)



44% de los limeños comprará el regalo para el día de la madre un día antes.

Incluso un 15% afirmó que comprará el regalo el mismo día. A diferencia del año pasado, hay una ligera tendencia a realizar la compra un día antes.

En síntesis, este año un 59% compra el mismo fin de semana, cifra semejante al 58% del año pasado

Base 100%: 540 personas que afirmaron que compraría un regalo por el día de la madre

Regalo a comprar vs. regalo esperado

PREGUNTA PARA TODOS

¿Qué regalo(s) piensa usted comprar?

Base Múltiple: Total de entrevistados que afirmaron que comprarían un regalo por el día de la madre (540)

	Regalo a comprar
Ropa	40%
Flores	18%
Perfumes/colonias	12%
Chocolates/dulces	7%
Artículos de cocina (espátulas, mandil, etc.)	6%
Elec. menores de cocina (p.e. licuadora, batidora)	6%
Calzado	5%
Adornos	5%
Joyería (pulseras, collares)	4%
Elec. mayores de cocina (p.e. cocina, refri.)	4%
Accesorios (carteras, correas)	3%
Otros	2%
No sabe/No precisa	3%

PREGUNTA PARA ELLAS

Si tuviera la oportunidad de regalarse algo por el día de la madre, ¿qué escogería para usted?

Base 100%: Total de entrevistadas que afirmaron que se comprarían un regalo por el día de la madre (269).

	Regalo esperado
Ropa	27%
Flores	3%
Perfumes/colonias	4%
Chocolates/dulces	-
Artículos de cocina (espátulas, mandil, etc.)	-
Elec. menores de cocina (p.e. licuadora, batidora)	5%
Calzado	6%
Adornos	-
Joyería (pulseras, collares)	3%
Elec. mayores de cocina (p.e. cocina, refri.)	7%
Accesorios (carteras, correas)	-
Otros	5%
No sabe/No precisa	16%



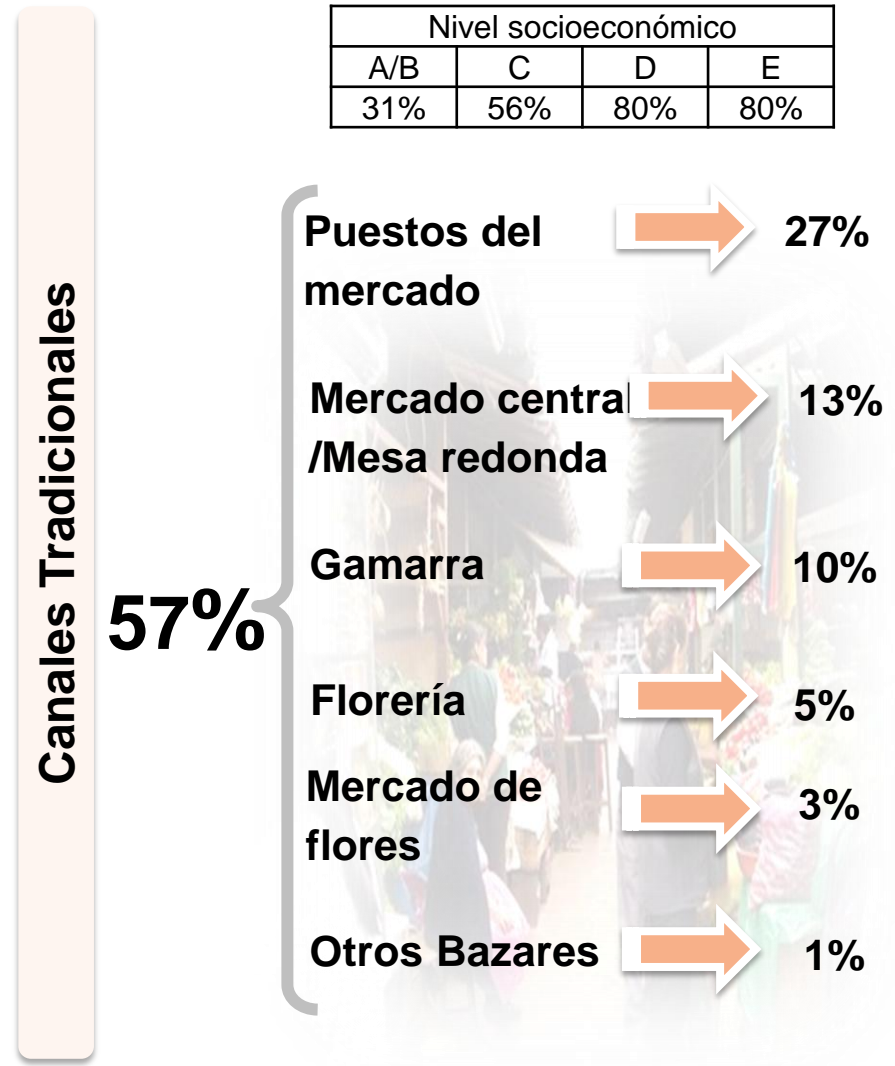
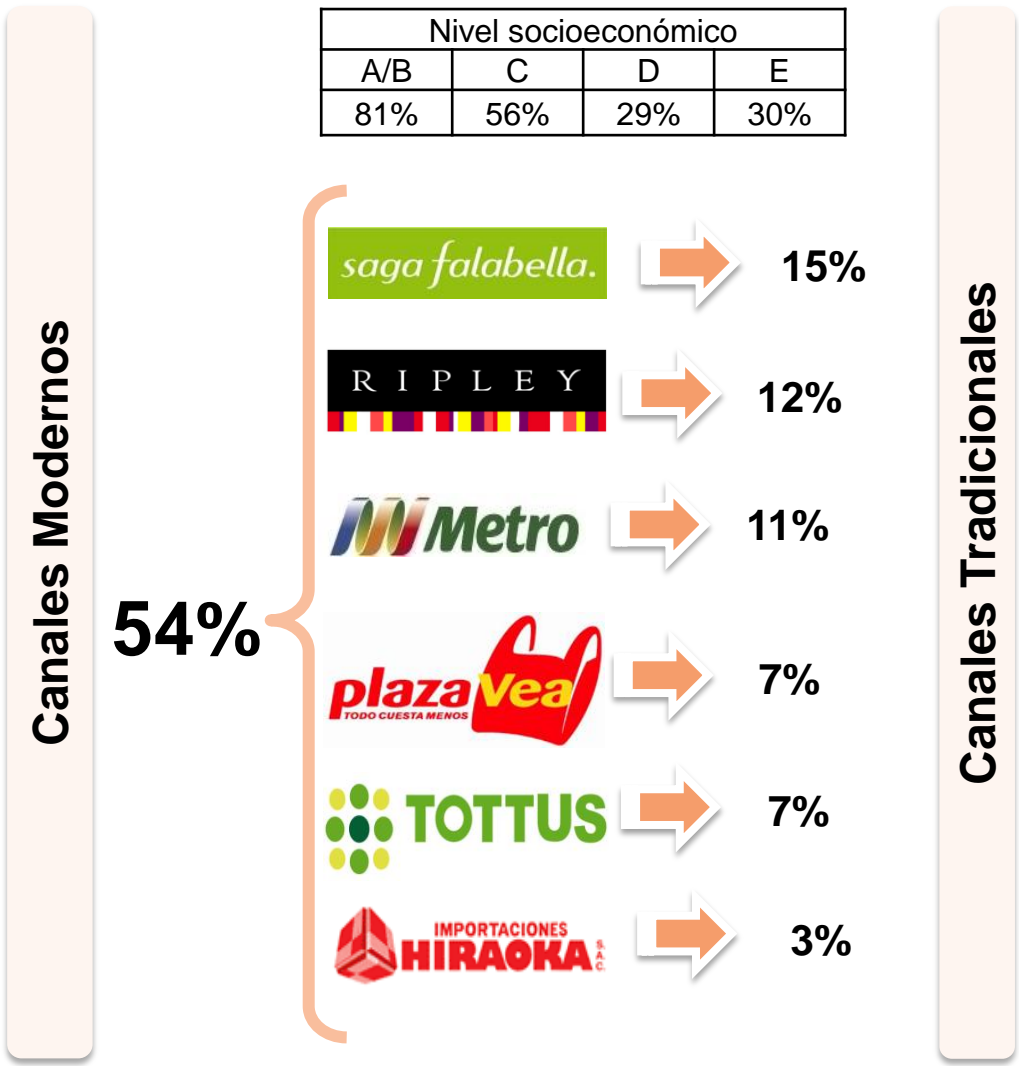
Lugares de compra

¿EN QUÉ LUGARES O ESTABLECIMIENTOS PIENSA USTED COMPRAR EL / LOS REGALO(S)?

No sabe/ no precisa= 1,1%

Nivel socioeconómico			
A/B	C	D	E
81%	56%	29%	30%

Nivel socioeconómico			
A/B	C	D	E
31%	56%	80%	80%



Base **MULTIPLE**: Total de entrevistados que afirmaron que compraría un regalo por el día de la madre (540)

¿EN QUÉ LUGARES O ESTABLECIMIENTOS PIENSA USTED COMPRAR EL / LOS REGALO(S)? | POR NSE

Las tiendas por departamento son el destino más en el A/B y C. Los supermercados sí están presentes en todos los segmentos

NSE A/B				NSE C				NSE D/E			
	2013	2012	2011		2013	2012	2011		2013	2012	2011
 Tiendas por departamentos	45%	39%	38%	 Supermercados/ Hipermercado	26%	36%	20%	 Puestos del mercado	55%	48%	48%
Supermercados/ Hipermercado	23%	29%	17%	Tiendas por departamentos	17%	23%	9%	Supermercados/ Hipermercado	20%	23%	12%
Centros comerciales	21%	15%	5%	Centros comerciales	13%	17%	1%	Mercado Central/ Mesa redonda	13%	23%	7%
Puestos del mercado	6%	9%	18%	Mercado Central/ Mesa redonda	19%	17%	14%	Gamarra	12%	16%	2%
Mercado Central/ Mesa redonda	6%	6%	1%	Gamarra	14%	13%	6%	Tiendas de electro	7%	7%	5%
Gamarra	1%	5%	4%	Tiendas de electro	8%	12%	3%	Centros comerciales	4%	6%	4%

Los datos están sobre la base de los que compraron o tienen intención de comprar regalos por el día de la madre.
Base 2013 = 500 / Base 2012 = 380 / Base 2011 = 251

- **Método:** Cuantitativo.
- **Técnica:** Encuesta en hogares.
- **Universo:** Hombres y mujeres de 18 años a más de NSE A/B, C y D/E que residen en Lima Metropolitana.
- **Muestra y margen de error:** 540 casos efectivos, lo que permite realizar estimaciones con un margen de error proyectado aproximado de $\pm 4.2\%$, con un nivel de confiabilidad del 95%.

Ciudad	NSE A/B	NSE C	NSE D/E	Total
Lima	151	206	183	540

- **Selección muestral:** se empleó un muestreo estratificado por NSE, con una selección aleatoria y sistemática de manzanas y viviendas.
- **Procesamiento de la información:** los datos generales se procesaron utilizando el paquete estadístico QUANTUM.
- **Trabajo de campo:** 06 y 07 de mayo del 2013.



GfK

Fundada en el 2003 (como Conecta Asociados), se ha caracterizado por contar con un equipo de profesionales de primer nivel, altamente comprometidos, realizando informes orientados a soluciones con enfoques estratégicos, novedosos que optimizan la inversión de sus clientes. Desde el 2009 es parte del Grupo GfK, quinta empresa de investigación de mercados en el mundo que opera en más de 100 países con un staff de más de 11,000 personas.

Equipo

Gerente General: Hernán Chaparro

Colaboradores: Diana Bazán, Mauricio Saravia, Edgardo Obregón, Raquel Risco, Luis Aspú, Paola Rodríguez, Diego Rodríguez y Rossella Luzquiños.

Ficha Técnica

Encuesta realizada entre el 6 y 8 de mayo a 540 mujeres y hombres de 18 a más años de todos los niveles socioeconómicos en Lima Metropolitana (Lima y Callao). Los resultados se presentan con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de +/- 4.2 puntos porcentuales

Todos los derechos reservados

Este material no puede ser reproducido o transmitido por ningún medio, total o parcialmente, sin el permiso expreso de GfK Conecta SAC.

Suscripciones

mktcomunicaciones.peru@gfk.com

GfK | Av. Jorge Basadre 990 San Isidro, Lima | Perú

T: +51 1 206-2300

www.gfkconecta.com