



MONITOR DE DÍAS COMERCIALES

Ciberlunes

Mayo 2020



objetivo

Analizar las actitudes y el comportamiento de compra por motivo del Ciberlunes en los meses de Junio de 2019 y Mayo de 2020 entre la población general

Encuestas online realizadas a mayores de 18 años residentes en todo el país, desde el 4 al 6 de Junio de 2019 para el Ciberlunes de Junio 2019 (1517 casos) y desde el 28 al 29 de Mayo de 2020 para el Ciberlunes de Mayo 2020 (1032 casos).

técnica





comportamiento general de compra

TOTAL DE LA POBLACIÓN:

CIBERLUNES JUNIO 2019

CIBERLUNES MAYO 2020

25%

REALIZACIÓN
DE COMPRAS

28%

28%

POSTERGACIÓN
DE COMPRAS

24%

14%

ANTICIPACIÓN
DE COMPRAS

12%

Fecha de peso

Ciberlunes se ha afianzado **como una fecha comercial relevante**, en términos de realización de compras **más de la cuarta parte de la población realizó compras** en esta fecha, **un 3% más que un año atrás**.

Para el mes de mayo, observamos una **leve baja** en el porcentaje de uruguayos que **postergaron compras**, así como de quienes **anticiparon compras**.



incidencia de compra por categoría

TOTAL DE LA POBLACIÓN:

CIBERLUNES JUNIO 2019

CIBERLUNES MAYO 2020

13%	VESTIMENTA, CALZADO Y ACCESORIOS	8%
6%	ELECTRODOMÉSTICOS	5%
2%	PERFUMERÍA, COSMÉTICA Y CUIDADO PERSONAL	1%
4%	CELULARES, TABLETS Y ACCESORIOS	4%
2%	ALIMENTOS Y BEBIDAS	1%
4%	MUEBLES Y DECORACIÓN PARA EL HOGAR	4%
2%	COMPUTADORAS, IMPRESORAS Y ACCESORIOS	1%
1%	LIBROS O CDS	1%
1%	CONSOLAS DE VIDEOJUEGOS	1%
1%	JUGUETES Y JUEGOS DE MESA	1%
2%	HERRAMIENTAS	3%
1%	VIAJES O ESTADÍAS	0%

Un perfil propio

El Ciberlunes aparece como una fecha comercial con un perfil propio, consistente entre ediciones, y diferenciado de otras fechas.

Se trata de un perfil donde las compras individuales están concentradas en la categoría de vestimenta aunque con una baja importante respecto a un año atrás, y donde a su vez se presenta un volumen relevante de grandes compras para el hogar, representadas por muebles y electrodomésticos, donde también se puede marcar las herramientas con un leve incremento.

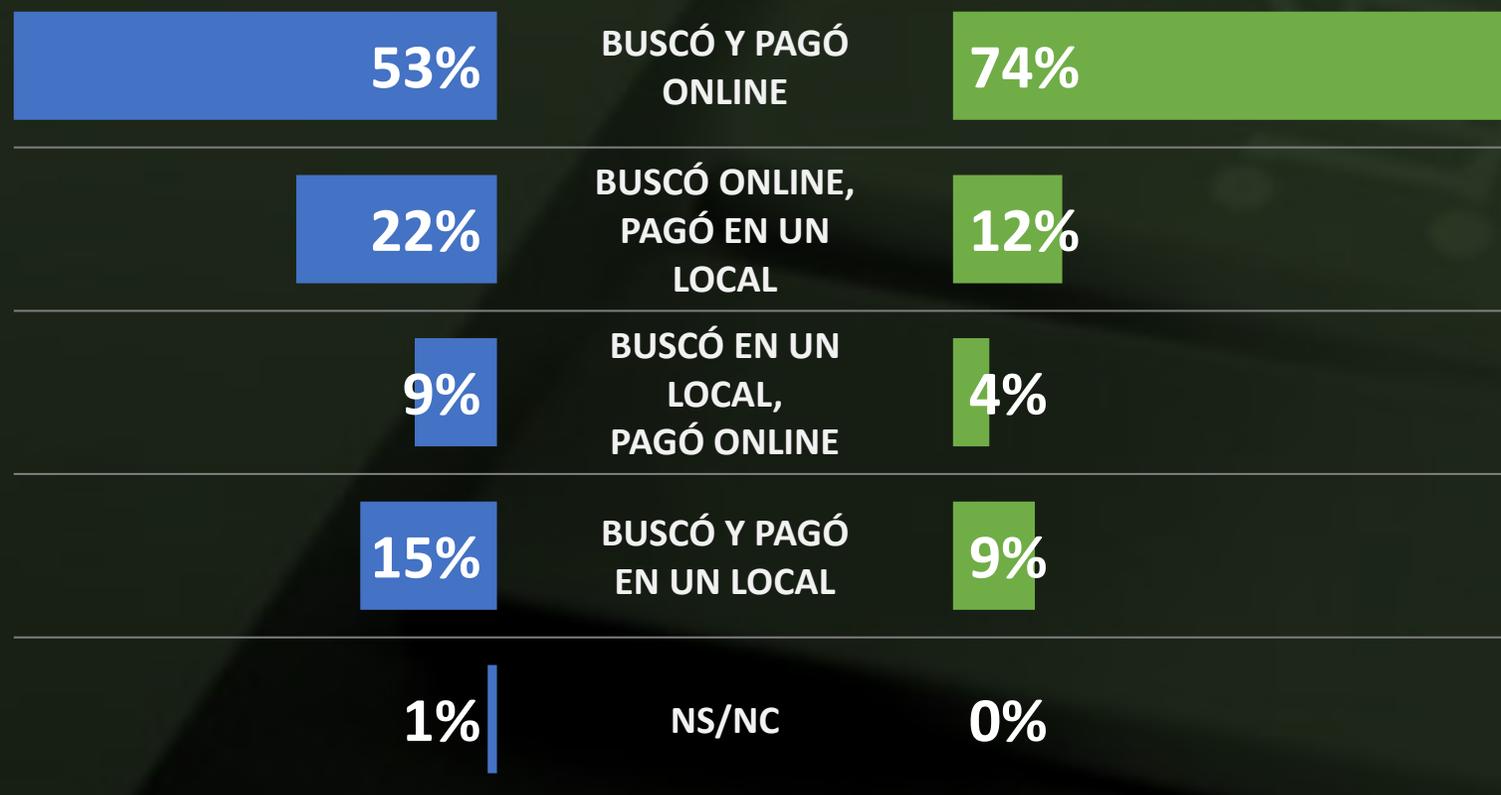


medios de búsqueda y compra de productos

TOTAL DE COMPRADORES:

CIBERLUNES JUNIO 2019

CIBERLUNES MAYO 2020



COVID y el salto On line

Las compras online ya eran el motivo central de esta fecha comercial, y el **Ciberlunes 2020 alcanza niveles aún más altos que los ya registrados de adhesión a este canal de venta**, con un incremento importante de la búsqueda y pago on line (aumento de 21%) claramente marcado por el contexto de la pandemia COVID-19.

En el mismo sentido el local comercial como canal de pago bajó su relevancia



destinatarios de compra

TOTAL DE COMPRADORES:

CIBERLUNES JUNIO 2019

CIBERLUNES MAYO 2020

60%

ENTREVISTADO

62%

57%

OTROS
MIEMBROS
DEL HOGAR

52%

7%

MIEMBROS DE
OTRO HOGAR

8%

Compras compartidas en el hogar

El perfil de compras del Ciberlunes es consistente con los destinatarios de la compra. Se trata en su mayor parte de **compras destinadas a miembros del propio hogar.**

Incluso en casi la mitad de los casos en que el destinatario es el propio entrevistado, la compra es compartida con otros miembros: **la compra destinada exclusivamente para el propio comprador alcanzó al 37% de los compradores.**



monto total de compra y promedio de artículos comprados para las principales categorías

TOTAL DE COMPRADORES:

■ CIBERLUNES JUNIO 2019
■ CIBERLUNES MAYO 2020



Incremento en el gasto

Ciberlunes 2020 no solamente presenta un aumento en el porcentaje de compradores respecto a un año atrás, además **algunas categorías aumentaron el gasto medio**, en algunos casos superando en forma sustantiva el gasto realizado en junio 2019, y levemente por encima de noviembre 2020.

En este sentido cobra fuerza la hipótesis del **aumento del precio del dólar como elemento que impactó en el aumento del gasto medio** al tratarse en su gran mayoría de productos importados.



evaluación del precio y de la experiencia de compra

TOTAL DE COMPRADORES:

CIBERLUNES JUNIO 2019

EVALUACIÓN DEL PRECIO

CIBERLUNES MAYO 2020



EVALUACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA



Experiencia positiva

Ciberlunes mantiene la evaluación positiva de la experiencia de compra y de los precios obtenidos. Sin embargo presenta una caída en la percepción de los precios ventajosos y en la experiencia gratificante. El contexto económico y la participación de mayor volumen de marcas y de compradores puede ser parte explicativa de este comportamiento.

El principal desafío consistirá en **retener a quienes tuvieron su primera experiencia de compra digital en un contexto particular, así como extender a otras fechas comerciales, fuertemente basadas en el uso de canales tradicionales.**



Juan D. Jackson 1126

11200 Montevideo, Uruguay

Tel: (+598) 2412 1818*

www.factum.uy – factum@factum.uy

