

## Los Reyes Magos llegan a golpe de click

- ❖ “La comodidad, la inmediatez y la amplia gama que ofrecen los catálogos online permiten comparar, investigar y adquirir un producto al mejor precio”
- ❖ Deloitte estima que este año las familias españolas gastarán online una cuarta parte de su presupuesto

Llega mediados de diciembre y las dudas sobre qué regalar y las colas en los comercios van *in crescendo* a medida que el tiempo para entregar los regalos se reduce. Pesadilla antes de navidad.

A pesar de las recomendaciones y consejos que se dan tanto en los círculos familiares como en los mediáticos, las compras de última hora se han consolidado como parte de la Marca España. Así se refleja en el [Estudio de Consumo Navideño: navidades en un click](#), que publicó recientemente la consultora Deloitte. El estudio afirma **que el 33% de la población española comienza a hacer los preparativos y las compras navideñas durante la primera quincena del mes de diciembre**, tres puntos más que los que se recogen en el mes de noviembre.

Mirar, contrastar y comparar durante la semana cuesta, especialmente, cuando toca cerrar el trabajo de todo un año y cumplir con la planificación marcada desde el inicio del mismo. De ahí que cada vez sean más aquellos que optan por realizar sus compras navideñas a través del canal online. “La comodidad, la inmediatez y la amplia gama que ofrecen los catálogos online permiten que el cliente compare, investigue y adquiera un producto al mejor precio sin que su tiempo libre se vea perjudicado”, remarca **Eduardo Esparza, Country Manager de [Webloyalty](#)**, quien ve en el comercio electrónico la clave para el futuro. “Hay una gran diversidad de ventajas para el consumidor que sólo se pueden encontrar en eCommerce. Por ejemplo, los descuentos y colecciones exclusivas, la rapidez de entrega o los vales de bonificación que muchas plataformas ofrecen a sus usuarios, y que permiten fidelizar y captar nuevos clientes”.

También beneficia al comercio electrónico que, desde 2012, cualquiera pueda **establecer sus rebajas en base a los “periodos de mayor interés comercial y de los consumidores”**. Ya no hay que esperar hasta el 7 de enero para comenzar con la campaña de rebajas y esto se puede apreciar en tiendas como Asos, Venca o Vertbaudet que ya ofrecen suculentos descuentos.

Por ejemplo, Asos ofrece looks de fiesta con un 30% de descuento, especificando la fecha límite de envío para que llegue a tiempo antes del 25 de diciembre; los clientes de Venca ya pueden aprovechar los descuentos de hasta el 50% bajo el *claim* “Una ocasión ideal para empezar a prepararse para las fiestas”; y Verbaudet va más allá, ya que los usuarios pueden encontrar rebajas de hasta el 40% en las secciones de juguetes, pijamas, decoración y jerséis de navidad, así como de ropa de fiesta si realizan su compra entre el 28 de noviembre hasta el 11 de diciembre.

Los productos de lujo relacionados con la moda, maquillaje o belleza, son los regalos estrella de la Navidad que, según consta en [el último estudio de vente-privee](#), compran “tres de cada cuatro españoles”. También la lotería de navidad, que tiene cada vez más acogida en Internet, ha visto incrementar su venta online hasta un 15%, [según los datos facilitados por Hispaloto.es](#).

Evitar colapsos, aglomeraciones y las largas esperas en caja son algunas de las claves que han llevado a que **“una cuarta parte del presupuesto general de las familias se gaste a través del canal online”**, tal y como se señala en el informe de Deloitte antes mencionado.

Es aquí donde el sector juguetero sale beneficiado, especialmente en España, donde **la venta de juguetes online aumentó un 60% durante 2016**. Portales como Amazon, Toysrus o el propio Corte Inglés se lo ponen fácil al cliente online con tácticas como ofrecer envío gratuito a partir de cierta cantidad, descuentos en próximas compras o sorteos en los que se regalan nuevos productos del sector.