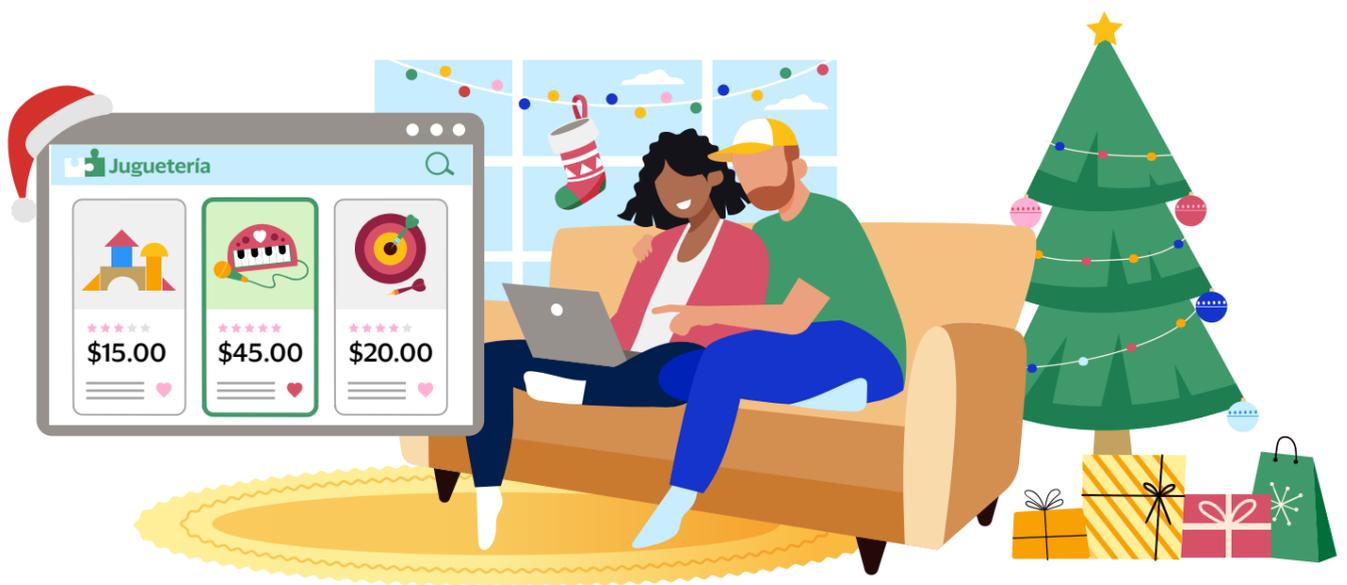


TENDENCIAS DE COMPRA PARA FINAL DE AÑO

Los consumidores de América Latina celebrarán las fiestas con más entusiasmo que el año pasado. Un estudio reciente realizado por C-Space revela que **el consumidor de América Latina & Caribe, cuya temporada de compras navideñas comenzará a mediados de diciembre, está menos preocupado por el gasto en sí, pero que no dejará de buscar calidad y buenos precios.** Las compras navideñas combinarán experiencias digitales y presenciales a medida que más personas se sienten más seguras después de vacunarse.



68% de los consumidores estará más atento a descuentos y precios bajos que se ajusten a su presupuesto¹



En comparación con el año pasado, la mayoría de **los consumidores planean mantener o incluso reducir la compra de artículos de lujo** para sus seres queridos¹



US\$380 es el monto aproximado que los consumidores estiman **destinar a regalos** durante estas fiestas¹



Si bien **la mayoría de los consumidores** hará las compras navideñas a través de **canales digitales**, el **39%** seguirá eligiendo las compras presenciales¹



Los consumidores tienen pensado regalar a sus seres queridos **ropa, juguetes, perfumes, videojuegos y electrónica**¹



Los consumidores planean usar menos efectivo y aumentar el uso de tarjetas y métodos digitales de pago¹

TENDENCIAS DE CONSUMO PARA ESTAS FIESTAS²:



1

Este año habrá más gente comprando en tiendas y centros comerciales. Algo que ciertamente parece probable, con gran parte de la población vacunada.

2

Si bien habrá muchas ofertas durante las fiestas, **no se verá una cantidad de grandes descuentos.**

3

Las ofertas estarán disponibles tanto en el canal online como en la tienda, y habrá más tiendas que ofrecerán servicios como retiro sin contacto.

4

Los consumidores procurarán regalar experiencias en vez de cosas materiales.

VISA ESTÁ AQUÍ PARA AYUDARTE

Contacta a tu ejecutivo de cuenta Visa y descubre cómo podemos ayudarte a comprender los cambios en el comportamiento del consumidor e identificar las oportunidades que te permitirán optimizar tus portafolios y mejorar la comunicación con tus clientes.

VISA
donde quieras estar

Fuentes:

1. Informe Visa Consumer Spending, de C Space. Noviembre de 2021.

2. US News, noviembre de 2021. <https://money.usnews.com/money/personal-finance/spending/articles/shopping-trends-to-watch-this-holiday-season>

Acerca de Visa. Visa Inc. (NYSE: V) es el líder mundial en pagos digitales. Nuestra misión es conectar el mundo a través de la red de pagos más innovadora, confiable y segura permitiendo que individuos, empresas y economías prosperen. Nuestra avanzada red de procesamiento global, VisaNet, ofrece pagos seguros y confiables en todo el mundo, y es capaz de procesar más de 65.000 mensajes de transacciones por segundo. El enfoque implacable de la compañía en la innovación es un catalizador para el rápido crecimiento del comercio digital en cualquier dispositivo, para todos, y en todas partes. A medida que el mundo pasa de lo analógico a lo digital, Visa pone nuestra marca, productos, personas, red y escala para remodelar el futuro del comercio.

La información, las recomendaciones o "mejores prácticas" contenidas en el presente (la "Información") se presentan "COMO ESTÁN" y su único fin es el de informar. De ningún modo debe considerarse la información como consejos sobre operatoria, comercialización, aspectos legales, técnicos, impositivos o financieros o de cualquier otra índole. Visa deslinda responsabilidad por el uso que se haga de la información contenida en la presente, (incluidos errores, omisiones, inexactitudes o falta de vigencia) o cualquier presunción o conclusión a la que se pueda llegar en virtud de la misma. Visa se abstiene de ofrecer garantías, expresas o implícitas, y expresamente deslinda responsabilidad por las siguientes garantías: de comercialización o de aptitud para un fin determinado, de que no se infrinjan derechos intelectuales de terceros, de que la información satisfará los requisitos de un cliente, de que la información esté actualizada y libre de errores. Siempre que las disposiciones legales aplicables así o permitan, Visa estará exenta de responsabilidad respecto de cualquier cliente o tercero en relación con daños y perjuicios que surjan o puedan surgir de cualquier teoría de derecho, incluidos, sin limitación, aquellos especiales, indirectos, emergentes o punitivos. Asimismo, estará exenta de daños y perjuicios por lucro cesante, interrupción de actividades, pérdida de información comercial o cualquier otra pérdida económica, aun cuando se hubiere alertado sobre tales daños.