

Los descuentos marcan el camino del shopping en dónde hay que comprar



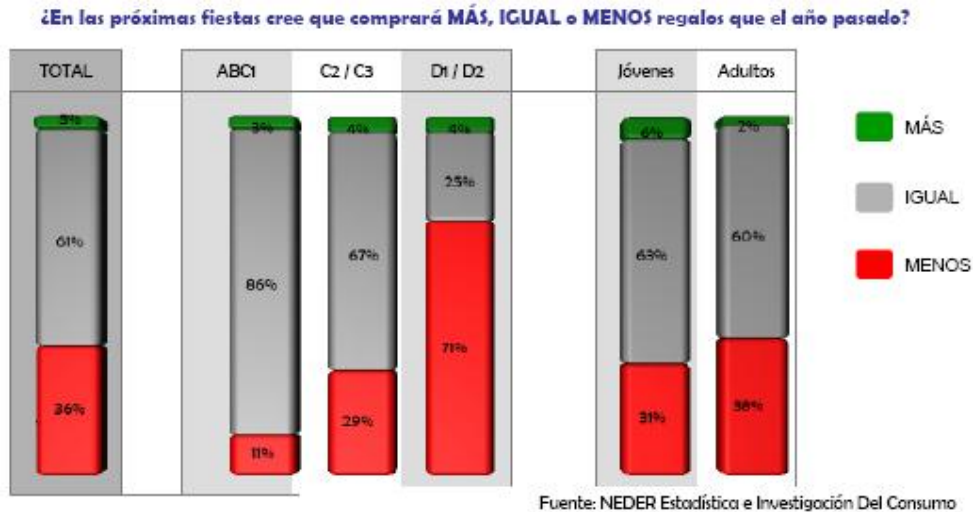
En la semana de más ventas del año habrá horarios especiales, acciones con tarjetas de créditos y regalos para los clientes. ¿Dónde ir y cuándo?

El fin de semana previo a las fiestas de Navidad será clave para tomar la sensación térmica de los consumidores y anticipar cómo sus consumos ayudarán a cerrar un año caracterizado por los vaivenes económicos.

Los comerciantes esperan ansiosos la semana porque es cuando **más se incrementan las ventas minoristas**, seguida por la tercera de octubre, cuando se celebra el día de la Madre.

Es así como las tiendas de indumentaria, calzados, accesorios, electrónica y electrodomésticos ponen todas sus fichas a un cliente que siempre tiene algún compromiso como para hacer un regalo. También los supermercados se preparan para vender más productos y, de paso, remarcar algunos precios.

Según un estudio de la consultora Neder que anticipa el comportamiento público, **el 61% de los consultados dijo que sus gastos serán similares a los del año pasado, mientras que un tercio declaró que gastará menos.**



Según Silvina Neder, directora de la firma, **"a medida que bajan los ingresos más personas confiesan que comprarán menos regalos, mientras que los que piensan en regalar más son los jóvenes"**.

Lo mismo sucedió al momento de preguntarles cómo serán las reuniones familiares, donde casi un tercio admitió que deberá restringirse. En este punto, si bien la gente de menos recursos achicará más gastos, **una de cada diez personas de poder adquisitivo alto también dice que medirá sus compras**.

El línea con los consumidores, el economista Jorge Todesca, director de Finsoport, también anticipó **un escenario con pocos cambios en comparación con la Navidad 2008**.

En este contexto, **iProfesional.com** invstigó que promociones y descuentos ofrecerán los shoppings para atraer clientes e incrementar sus ventas y el papel que jugarán las tarjetas de crédito y los bancos.

La guerra de los shoppings

Los dos grupos que se **enfrentan con más fuerza y con estrategias agresivas en este momento clave para el consumo son Irsa y Cencosud**. El primero con puntos de venta como Alto Palermo, Paseo Alcorta, Dot Baires, Alto Avellaneda, y Patio Bullrich entre otros; y el segundo con Unicenter como principal foco de referencia además de Las Palmas de Pilar y Patio Olmos, entre más de 10 puntos que poseen en todo el país.

De acuerdo con **la información brindada por Irsa**, las acciones que desarrollarán para las fiestas contemplan:

- **La Noche Shopping:** se realiza el 23 de diciembre de 23 a 4, con descuentos de hasta el 50%. Los shoppings participantes son Alto Palermo, Abasto Shopping, Alto Avellaneda, Paseo Alcorta y Dot Baires Shopping.

Habrá un descuento del 20% durante toda la noche en todos los locales adheridos. Además del descuento fijo se realizarán descuentos especiales del 30, 40 y 50%, por algunos minutos, en determinados locales.

- **Promoción Champagne:** desde el 15 al 22 de diciembre, presentando una factura de \$250 o más, abonada con **tarjeta de crédito Mastercard y débito Maestro** en los stands de la promoción de Champagne 2009, el cliente se lleva una botella de Mumm cuvee reserve de 750 ml. Se podrá participar hasta 2 veces por día y por persona. Los shoppings participantes son Alto Palermo, Abasto, Alto Avellaneda, Paseo Alcorta y Dot Baires.

Otras acciones no comerciales, pero que son un **adicional para el cliente, tienen que ver con la presencia de Papá Noel** donde los chicos podrán ir a los shoppings para sacarse una foto con él. Estará vigente hasta el 23 de diciembre en el horario de 14 a 20. Además, el 20 de diciembre por la noche se realizará "Buenos Aires se ilumina", un show de fuegos artificiales organizado por APSA en diversos centros comerciales.

En cuanto a las **promociones con tarjetas de crédito** hay dos acciones especiales para estas fechas que son:

- Del 7 al 31: 12 cuotas sin interés con **tarjetas del Banco Hipotecario**
- Del 14 al 31: 12 cuotas sin interés con **tarjetas del Standar Bank**

En el caso de las tiendas de Cencosud, por ahora **la única acción confirmada por Unicenter fue el cambio de horario desde el sábado 19. Comenzarán a abrir a las 9 y hasta las 23.** La idea es darle más tiempo a la gente para realizar sus compras. El 24 y 31 de diciembre el horario será de 9 a 18.

Como todos los años, habrá un Papá Noel que se sacará fotos y saludará a los chicos. Un 10% de lo recaudado a través de las fotos **será donado a UNICEF.** La acción se realizará hasta el 24 de diciembre inclusive.

El **Solar de la Abadía es otro de los centros de compra que anunció una acción especial para las fiestas.** En este caso, de regalo darán un Champagne por una compra cuya factura sea de \$270 o más, promoción que será válida hasta el 22 de diciembre.

Por último, quienes elijan las Galerías Pacífico y cuenten con la tarjeta de fidelización del Shopping podrán acceder con la **compra de \$200 en adelante a un calendario 2010.**

EXCLUSIVO TARJETA GALERÍAS

**Presentando una factura de \$200 o más,
en el Stand de Tarjeta Galerías,
te llevás de regalo un calendario 2010.**

Las promos de los bancos y tarjetas

A la hora de las compras, habrá que mirar con detenimiento qué lugar conviene más al bolsillo, ya que para quienes son usuarios de tarjetas se abre un abanico de beneficios dependiendo del plástico. Según una encuesta de D´Alessio Irol, **son 8 de cada 10 bancos los que realizan acciones de descuentos.**

En este caso, la guerra de beneficios es tal que **ya quedan pocas exclusividades y las promociones de unos con otros se mezclan en muchas marcas y puntos de venta.**

Guillermo D´Andrea, profesor especializado en consumo del IAE, se refirió a la importancia de este mecanismo al comentar que "en relación a las fiestas, la intervención de Guillermo Moreno para que no se retiraran los descuentos ayudó a sostener consumos y poder festejar fin de año".

Esto tiene que ver con la noticia que circuló, durante el mes de noviembre, que anticipaba que los comercios se bajarían de las promociones, pero finalmente tuvo que suspenderse por una decisión de defensa de la Competencia.

Según Jorge Todesca, de Finsoport, este mecanismo tan instaurado en el mercado dificulta la observación de muchos rubros a la hora de saber si venden más o menos, porque una cosa es la variación en cantidades y otra el nivel de precios. De esta manera, **las ventas pueden incrementarse pero igualmente se pierde rentabilidad.**

En este escenario, **iProfesional.com** quiso saber cuáles serán las acciones para este fin de semana que aplicarán los bancos para seducir a los consumidores.

- **El banco Macro mantendrá ciertos descuentos en algunos rubros, pero la novedad es que a ello sumó una acción con premios.** La idea es que con todas las compras con tarjeta de crédito **se suman puntos que pueden canjearse por regalos** que son enviados a domicilio para las fiestas.
- **HSBC ofrecerá el sábado y domingo un 25% de ahorro** con tarjeta Visa de débito y 30% de ahorro más 3 cuotas sin interés con crédito. Esta promoción no tiene tope de compra.

Algunas de las marcas adheridas son 47 Street para los adolescentes, Ona Saez para los jóvenes, New Man para los hombres y Blaqué para las mujeres, entre otras.

- En el caso del **Banco Hipotecario**, además de estar presente en los shoppings Irsa, **también destaca su promoción con un 10% de ahorro y hasta 24 cuotas sin interés en las cadenas Easy y en Walmart** con tarjeta de crédito, así como un 20% de ahorro en Walmart con tarjeta de débito. Esta promoción se suma a las ya vigentes en equipamiento para el hogar, que contemplan 24 cuotas sin interés en las cadenas Blainsten e Hipertehuelche.
- **Santander Río ofrece hasta un 15% de descuento en las compras en Carrefour**, mientras que seguirá con varios acuerdos con marcas para activar las ventas, como es el caso de Cheeky, que ofrece descuentos de 20% por abonar con este medio de pago.

Otras marcas que ofrecerán beneficios de entre 10 y 20%, hasta fin de año, son Como quieres que te quiera, calzados Grimoldi, Paruolo, y también Mistral, entre otras marcas.

- **Banco Francés** además de seguir con los beneficios de todo el año, **lanzó para estas fiestas una promoción especial en locales de productos para los más chicos.**

Un gran beneficio pensado para los chicos

Del 14 al 20 de Diciembre, con todas tus tarjetas de Banco Francés, 25% y 6 cuotas sin interés

Un gran beneficio pensado para los chicos.



Es así como entre el 14 de diciembre pasado y el próximo martes 22 ofrece un 25% de descuento sin tope y cuotas en Mimo, Cebra, Thebabycompany, Creciendo y Tío Mario, entre otras.

Además ofrece descuentos para **compras de alimentos** en Jumbo, Disco y Ve a y los martes de Shopping, que ofrece hasta un 20% de descuento en indumentaria en Patio Olmos.

Por otra parte, darán un 20% de descuento y 6 cuotas sin interés en las marcas que se encuentran en diferentes shoppings como Akiabara, Mimo, Ona Saez y Key Biscayne.

- **El Citi y el Galicia** tuvieron promociones especiales para las fiestas hasta el 18 de diciembre mientras que siguen activas otras que se realizaron a lo largo del año en supermercados y para combustibles.

Las cadenas de electrodomésticos

Los retails de electrónica y línea blanca también salieron a conquistar clientes para estas fiestas, en un momento de gran recuperación de las ventas, según datos de **Abeceb.com**.

En el caso de Garbarino, lo hizo de la mano de una fuerte apuesta publicitaria. Es así como, **mantuvo las 30 cuotas** y, al mismo tiempo presentó una campaña publicitaria llamada "Sólo se vive una vez", que también está presente en la web y permite que las personas se registren para participar del sorteo de premios o puedan cargar su propio video.

"Buscamos generar empatía, acercarnos de una manera fresca, amigable y festiva -acorde a la época del año- a nuestro público", explicaron desde Garbarino.

En el caso de **Frávega**, se diseñó una acción de sorteos para ganar premios.

Adicionalmente, mantiene un 10% de descuento con el Banco Francés.

Otra de las cadenas muy activas es Pardo, que no sólo irrumpió en los medios masivos de comunicación con una gran inversión sino que también apostó a la renovación de muchos puntos de venta con un slogan fuerte: "Acá podés".

Más ofertas, más atracción

Promocionar una amplia gama de ofertas y descuentos será una buena herramienta para los centros de compra, según lo que dicen y esperan los consumidores.

De acuerdo a la investigación de Neder, **las principales estrategias para comprar en estas fiestas consistirán en buscar precios y esperar las promociones que aparezcan en los locales.**

¿Cómo piensa hacer las compras de regalos y/o alimentos?



Se estima que quienes más especularán con las promociones de las tarjetas de crédito serán los consumidores del segmento ABC1.

Hay que tener en cuenta que el target de menor poder adquisitivo, según la investigación de D
Alessio Irol, ha dejado de aprovechar los beneficios de las tarjetas porque acumula grandes
deudas y no puede seguir contrayendo compromisos.

De todos modos, siguen siendo la mejor herramienta para motivar a los consumidores e
incrementar las ventas.

Guillermina Fossati

© iProfesional.com
