

2

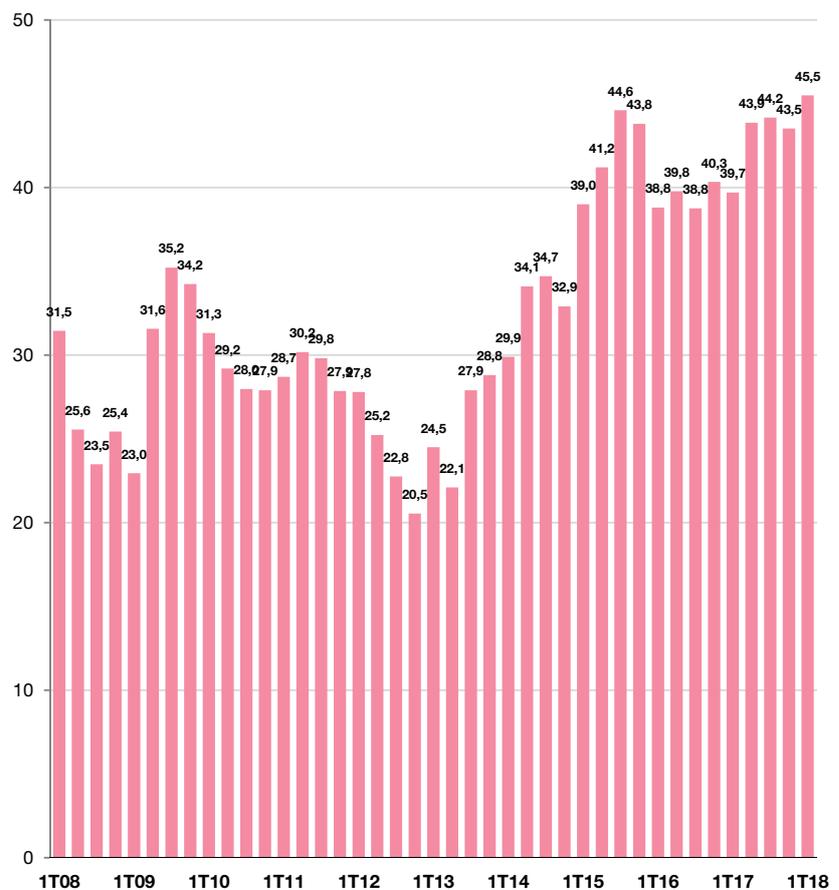
MONOGRÁFICO

GASTO EN NAVIDAD Y HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS MADRILEÑOS

1. Introducción

Una de las fechas de mayor consumo es sin duda la Navidad, marcada por las reuniones y cenas familiares y de amigos, las escapadas o los regalos de Papá Noel y los Reyes Magos. De ahí que numerosos estudios tengan como objetivo comprender y explicar las tendencias consumistas de este periodo.

Índice de confianza del consumidor madrileño



(valor del índice entre 0 y 100)

Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)

La percepción de la situación económica actual y futura es un factor clave para el modo en el que consumimos, es por ello que la mejora de la situación económica debería invitar sin duda a un mayor gasto en navidades, y los madrileños deberían parecer más confiados en la economía y en consecuencia dispuestos a abrir sus bolsillos.

Así, la confianza de los consumidores madrileños, según la Encuesta sobre Consumo en la Ciudad de Madrid, refleja un ascenso en el primer trimestre de 2018, que es aún mayor en comparación con el mismo período del pasado año. El índice de confianza se sitúa en 45,5 puntos, lo que supone dos más que en el cuarto trimestre de 2017 y 5,8 también más que en el primero de ese mismo año. En términos medios anuales la confianza se sitúa en 44,3 puntos, lo que supone 1,5 puntos más que en el periodo inmediatamente anterior, continuando así la tendencia ascendente seguida durante todo 2017.

Es de destacar que desde el inicio de la serie, a principios de 2003, el índice de confianza presentó su mayor valor en el año 2004 con 46,8, y los siguientes valores más altos se han presentado en el año 2015 con 44,6 y en este primer trimestre de 2018 con un valor de 45,5. Lo que nos viene a confirmar la buena senda de la confianza del consumidor madrileño.

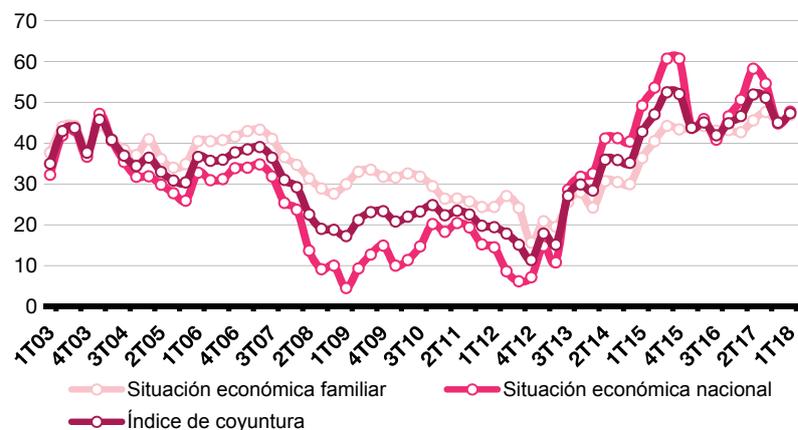
La valoración de la situación económica actual en el ámbito familiar ha obtenido una mejor valoración respecto del trimestre anterior en 1,7 puntos, mientras que en comparación anual la mejoría alcanza los 4,3. La opinión sobre la situación económica del conjunto de España ha ganado 2,9 puntos, aunque en términos interanuales empeora en esa misma cifra. El índice referido a los hogares se ha situado siempre por debajo del valor 50, si bien el escenario nacional, que lo había superado ampliamente en trimestres anteriores, volvió a situarse nuevamente por debajo de él a comienzos de 2016, sobrepasándolo de nuevo a lo largo del pasado año a excepción hecha del cuarto trimestre, lo que ha vuelto a suceder en este último. No obstante, el índice sobre la situación actual para el conjunto nacional supera en ocho décimas al relativo a la situación familiar, en consonancia con la que ha sido la tónica general de los últimos años, a excepción reciente de un trimestre antes.

Al igual ocurre con la percepción de la economía por parte de los hogares españoles, la cual continúa mejorando, y siendo menos optimista cuando habla de su situación personal (“Estudio de Consumo navideño”. Noviembre 2017. Deloitte.)

La confianza del consumidor madrileño presenta un valor en el primer trimestre de 2018 de 45,5, el tercero más alto desde principios de 2003 que se inició la serie. Lo que viene a confirmar la buena senda de la confianza del consumidor en este período.

El índice sobre la situación actual para el conjunto nacional supera en ocho décimas al relativo a la situación familiar, en consonancia con la que ha sido la tónica general de los últimos años. En general, ambas valoraciones están en uno de los mejores períodos alcanzados desde el inicio de la serie.

Índice de Coyuntura



Fuente: Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Este clima de optimismo y confianza del consumidor que reflejan los hogares madrileños deberían verse reflejados en los gastos realizados en navidades por los hogares madrileños. Este estudio pretende analizar los hábitos de consumo de los madrileños, así como el gasto que se realiza en estas fechas. El período de referencia es el primer trimestre de 2018. En los casos en los que sea posible se comparará con lo ocurrido en el año 2008 en la ciudad de Madrid, justo antes del inicio de la crisis.

También se harán comparaciones de algunas de las magnitudes económicas estudiadas con el ámbito nacional, ya que se dispone del “Estudio de Consumo Navideño” que realiza la consultora Deloitte de forma anual cada mes de noviembre, el último disponible es del año 2017.

2. Gasto en navidades

Como cada año por estas fechas, los madrileños se preparan para celebrar las navidades, lo que conlleva, en la mayoría de los casos, una serie de gastos adicionales respecto a los del resto del año. Existe por tanto un desembolso excepcional destinado a compras específicamente vinculadas a los eventos y celebraciones navideñas.

A continuación se estudian los gastos realizados por los madrileños en estas fechas navideñas.

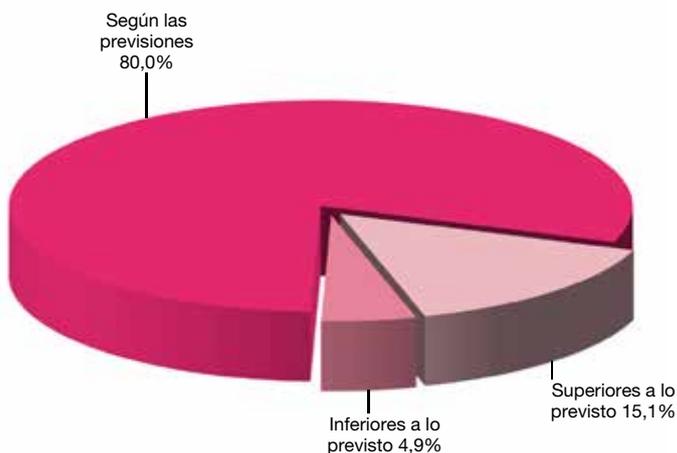
2.1. Gastos totales en navidades

La mayoría de los hogares madrileños, el 80%, gastan en las compras de navidad según las previsiones hechas.

La mayoría de los hogares madrileños, el 80%, gastan en las compras de navidad según las previsiones hechas, un 15,1% de los hogares superan los gastos previstos, y apenas un 4,9% de los hogares gastan menos de lo previsto.

Sin embargo, para el escenario de España, el 40% de los españoles gasta más dinero del que tenía previsto en las compras de Navidad, según el Informe Europeo de Pagos de Consumidores de la organización combinada de Intrum Justitia y Lindorff, compañía líder mundial en gestión de crédito.

Evolución de los gastos de navidad respecto a lo previsto

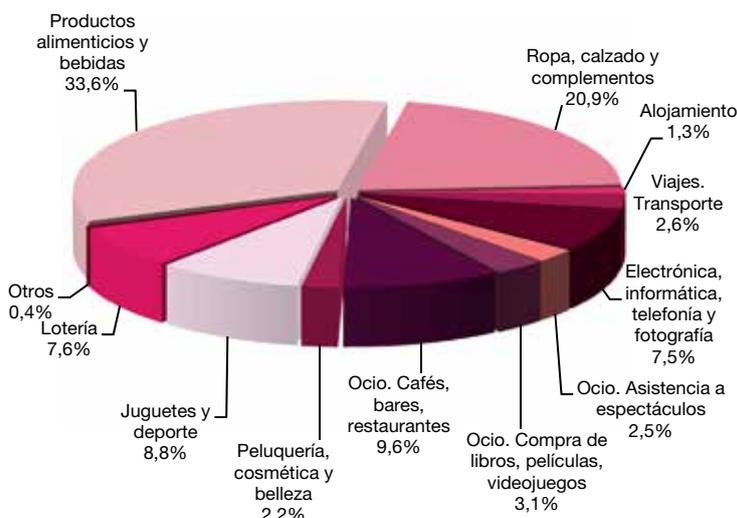


Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

El gasto medio en navidades realizado por el hogar madrileño en las pasadas navidades ha sido de 870,79€. De los cuales poco más de la mitad ha sido para productos alimenticios y bebidas, el 33,6%, y el 20,9% para ropa, calzado y complementos.

El gasto medio en navidades realizado por el hogar madrileño en las pasadas navidades ha sido de 870,79€.

Distribución del gasto de navidad de los madrileños



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

El gasto medio estimado para las pasadas navidades por hogar en España ha sido de 633€, cifra inferior a la de los hogares madrileños.

De los 870,79€ que se gasta en navidades un hogar madrileño, 292,33€ van destinados a la compra de productos alimenticios y bebidas.

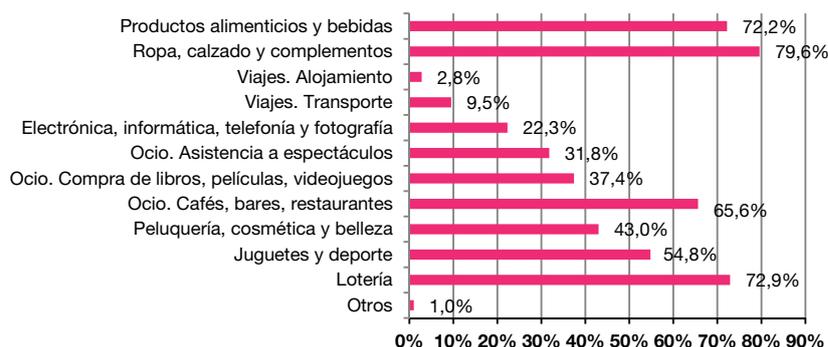
Así, de los 870,79€ que se gasta en navidades un hogar madrileño, 292,33€ van destinados a la compra de productos alimenticios y bebidas, 182,33€ son para ropa, calzado y complementos, 83,63€ van para cafés, bares y restaurantes, 82,89€ para compras de electrónica, informática, telefonía y fotografía, y 66€ para lotería. Los restantes 180,84€ están repartidos entre los siguientes epígrafes de gasto, compra de libros, juguetes y deporte, peluquería y viajes.

Gasto medio de los madrileños en navidades por epígrafes de gasto



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Porcentaje de hogares madrileños que han gastado en navidades por epígrafes de gasto



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Del total de hogares madrileños, el 97,6% ha realizado algún gasto en navidades. El 79,6% de los hogares madrileños han realizado gastos de ropa, calzado y complementos, el 72,9% ha realizado gastos en lotería, el 72,2% en productos alimenticios y bebidas, el

65,6% en ocio, cafés, bares y restaurantes y el 54,8% en juguetes y deportes. Menos de la mitad de los hogares han realizado gasto en el resto de epígrafes, como son peluquería, cosmética y belleza (43%), compra de libros y películas (37,4%), electrónica, informática, telefonía (22,3%) y viajes (12,3%).

2.2. Gastos en regalos en navidades

Del total de gastos realizados en navidades, la compra de regalos supone un desembolso excepcional en estas fechas.

Los hogares madrileños han gastado una media de 318,20€ en regalos navideños, lo que supone un 36,54% del total de los gastos realizados en navidad. Dato que supone un 5,1% menos que el gasto realizado en el año 2008 en regalos en navidad.

Los hogares madrileños han gastado una media de 318,20€ en regalos navideños.

En los hogares españoles la media de gasto en regalos navideños ha sido de 252€, lo que supone el 39,81% del total del presupuesto navideño.

Evolución del gasto en regalos en navidad de los hogares madrileños



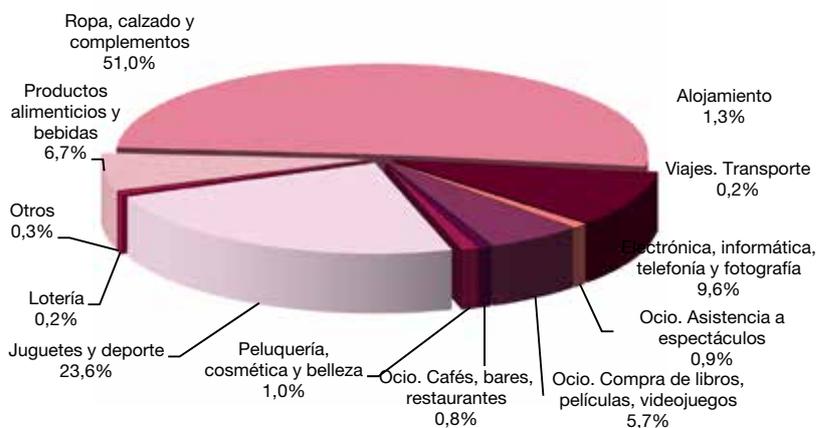
Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Del total gastado en regalos, el 51% es para ropa, calzado y complementos, el 23,6% para juguetes y deporte, el 9,6% para regalos de electrónica, informática, telefonía y fotografía. El 15,9% restante es para los otros epígrafes de gasto.

Así, de los 292,33€ que se gasta de media en regalos navideños un hogar madrileño, 162,14€ son en ropa, calzado y complementos, 75,16€ en juguetes y deporte, y los 80,90€ restantes son para los otros epígrafes de gasto, electrónica, informática, telefonía, compra de libros, peluquería, estética, viajes, restauración.

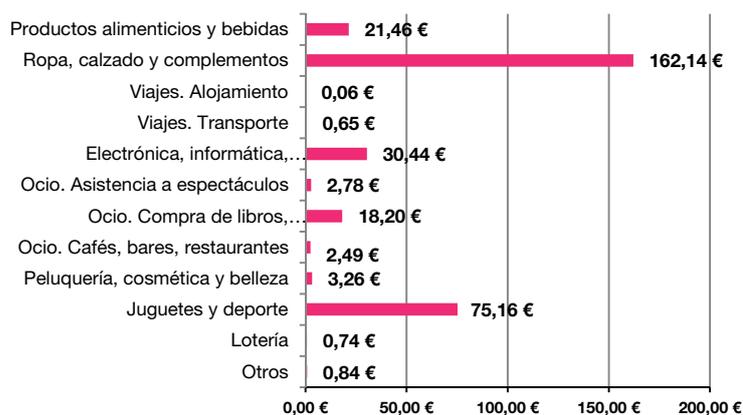
La mayor parte del gasto en regalos en navidad es para ropa, calzado y complementos.

Distribución del gasto en regalos durante las navidades de los madrileños



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

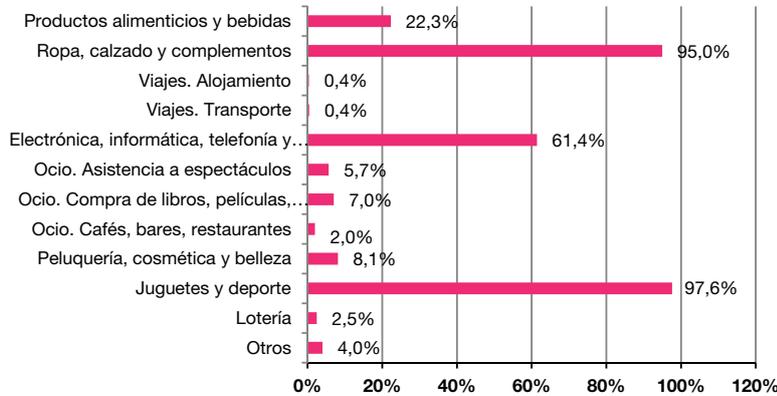
Gasto medio de los madrileños en regalos durante las navidades por epígrafe de gasto



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Del total de hogares madrileños que realizan gastos en navidad, el 92,3% realiza gastos en regalos navideños. Según epígrafes de gasto, del total de hogares que realizan gasto en juguetes y deporte, el 97,6% lo hace en regalos, al igual ocurre con los gastos realizados en navidades en ropa, calzado y complementos, el 95% es para regalos. En electrónica, informática, telefonía y fotografía el porcentaje es del 61,4%, y en productos alimenticios y bebidas el porcentaje es del 22,3%. Para el resto de partidas de gasto apenas llega al 10% el porcentaje de hogares que realiza gastos en regalos.

Porcentaje de hogares madrileños que han gastado en regalos en navidades sobre los que realizan gastos en cada epígrafe de gasto

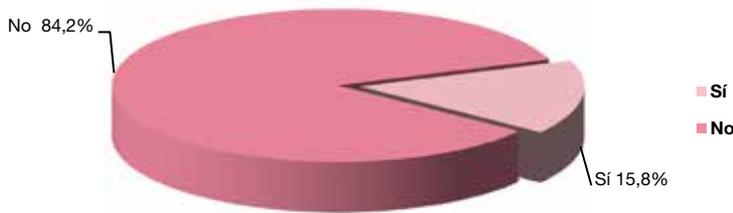


Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

2.3. Formas de pago de los gastos en navidades

Para hacer frente a los gastos de las navidades, algunos hogares preparan un presupuesto específico. Así ocurre en el 15,8% de los hogares madrileños en las pasadas navidades.

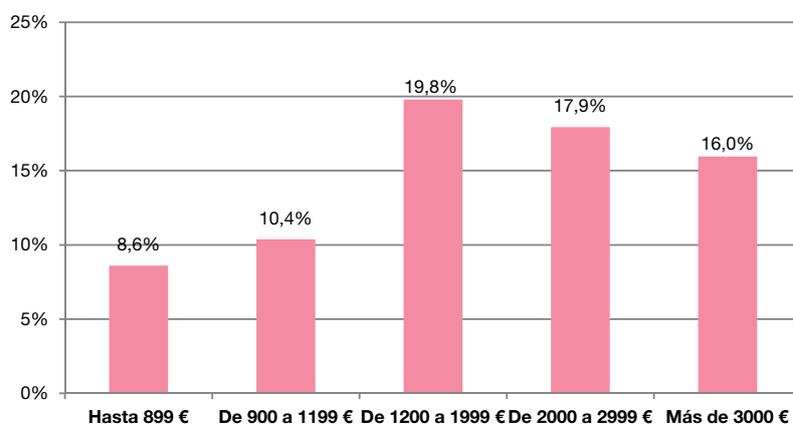
Madrileños que preparan un presupuesto para navidades



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Los hogares que más suelen preparar un presupuesto específico son los que sus ingresos mensuales son superiores a los 1.200€ para el hogar, así los que están en la franja de 1.200 a 1.999€, suponen un 19,8%, los que están en la franja de 2.000€ a 2.999€, el 17,9% y los de más de 3.000€ suponen el 16%. Los que tienen ingresos inferiores a los 1.200€ apenas preparan un presupuesto el 10% de los hogares.

Madriños que preparan un presupuesto para navidades según ingresos del hogar

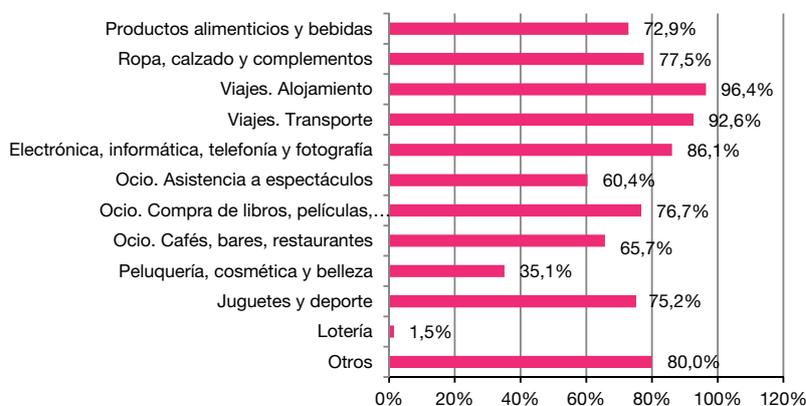


Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

En general, los hogares madrileños no han pedido préstamos para afrontar los gastos navideños de las pasadas navidades.

En la mayoría de los distintos epígrafes de gasto, más de la mitad de los madrileños ya utilizan la tarjeta como medio de pago. Así, el porcentaje de hogares madrileños que han pagado con tarjeta estas navidades ha superado en todos los epígrafes el 50%, a excepción de peluquería, cosmética y belleza (35,1%) y lotería (el 1,5%). Donde más se ha pagado con tarjeta ha sido en las compras de alojamiento en viajes, el 96,4%, en el transporte de los viajes, el 92,6%, en electrónica, informática, telefonía y fotografía, el 86,1%.

Porcentaje de madrileños que han pagado con tarjeta en navidades por epígrafes de gasto



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid

3. Hábitos de consumo en navidad

Una de las fechas de mayor consumo es sin duda la Navidad, marcada por las reuniones y cenas familiares y de amigos, las escapadas o los regalos de Papá Noel y los Reyes Magos. De Ahí que este capítulo tenga como objetivo comprender y explicar los hábitos de los compradores madrileños en dichas fechas.

3.1. Fechas de compras navideñas

Uno de los primeros hábitos a estudiar son las fechas de realización de las compras navideñas.

La primera quincena del mes de diciembre se consolida como el período de mayor actividad para las compras navideñas de los madrileños, cobrando cuota a favor el mes de noviembre por las rebajas de “Black Friday”.

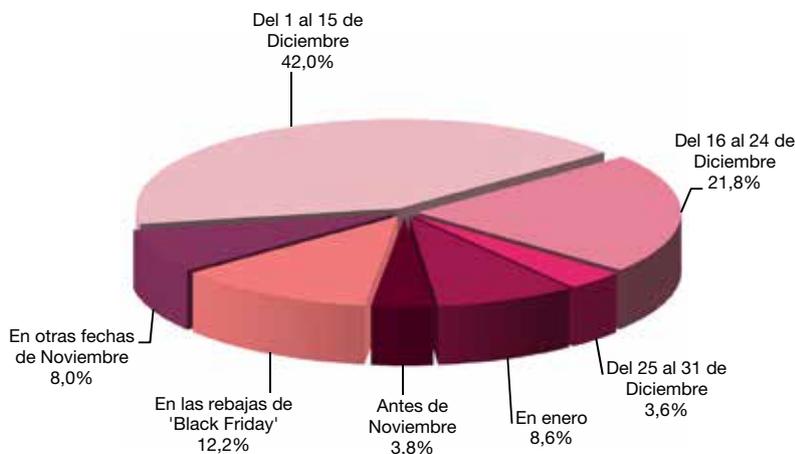
La primera quincena del mes de diciembre se consolida como el período de mayor actividad para las compras navideñas de los madrileños.

Así lo confirman los datos, el 42% de los hogares madrileños realiza las compras de navidad en la primera quincena de diciembre, el 21,8% de los hogares las realiza del 16 al 24 de diciembre, seguido por el 12,2% de los hogares que las realizan en las rebajas del “Black Friday” y el 8% en otras fechas del mes de noviembre.

En España, el 33% de los hogares las realiza en la primera quincena del mes de diciembre, el 31% en el mes de noviembre, seguidos del 18% de hogares españoles que las realizan del 16 al 24 de diciembre.

Los períodos especiales, en particular el Black Friday, se consolidan definitivamente como una de las opciones preferidas por los consumidores madrileños y sobre todo por los españoles.

Distribución de las fechas de realización de las compras de navidad



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

3.2. Canales de compra

La utilización de internet en las compras ordinarias es un hecho indiscutible, la cuestión es si este canal se consolida como medio de compra también en navidades.

A continuación se estudian los distintos canales de compra utilizados por los hogares madrileños en navidad.

3.2.1. Compras en tiendas físicas

El 99,5% de los hogares madrileños ha realizado compras navideñas en tiendas físicas.

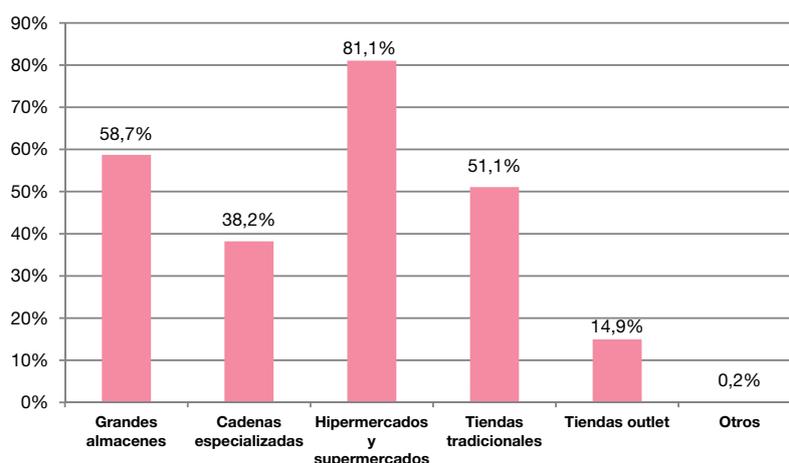
Los hogares madrileños no se casan con nadie y prefieren repartir sus compras entre distintas alternativas de establecimientos.

Las tiendas físicas siguen manteniendo el liderazgo como canal para realizar las compras. Así, el 99,5% de los hogares madrileños ha realizado compras navideñas en tiendas físicas.

Los hogares madrileños no se casan con nadie y prefieren repartir sus compras entre distintas alternativas de establecimientos, aunque los hipermercados y supermercados son la principal opción, con un 81,1% de hogares madrileños que realizan compras en ellos, le siguen a mayor distancia los grandes almacenes, un 58,7% de los hogares, y las tiendas tradicionales, un 51,1%. Para estas fechas navideñas, las tiendas outlet son en las que menos hogares hacen compras, con tan sólo un 14,9%.

Si se pasa al escenario de España los hábitos de compra en navidad cambian un poco respecto a los de los madrileños, el 54% de los españoles compra en grandes almacenes, frente al 45% que lo hace en cadenas especializadas y el 42% en hipermercados y supermercados.

Tiendas físicas en las que los madrileños realizan las compras navideñas



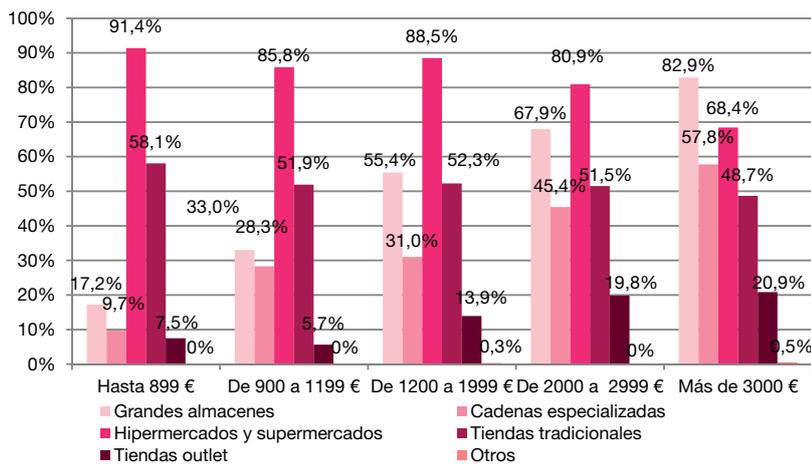
Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Si se realiza un desglose de las tiendas físicas en las que compran los madrileños según nivel de renta, se observa que los hogares que disponen de menor renta mensual, menos de 900€, un 91,4% compra en hipermercados y supermercados, para el resto de hogares con ingresos entre 900€ y 2.999€ las compras en hipermercados y supermercados las realizan en torno al 80%, frente al 68,4% que lo hace y gana más de 3.000€.

En los hogares madrileños con mayores ingresos, más de 3.000€, el 82,9% de los hogares hacen compras en grandes almacenes, cifra que va disminuyendo con la disminución de renta, llegando al 17,2% de los hogares que ganan menos de 900€.

En general, cuanto mayor es el ingreso del hogar menos se compra en hipermercados y supermercados, ganando peso los grandes almacenes.

Tiendas físicas en las que los madrileños realizan las compras navideñas según nivel de renta mensual del hogar



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

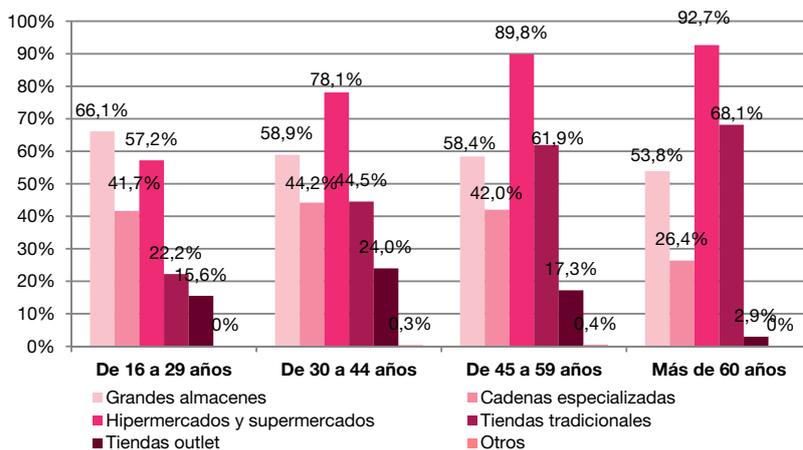
Realizando un desglose del porcentaje de hogares que compran en tiendas físicas según la edad, se puede apreciar como a medida que aumenta la edad las compras realizadas en hipermercados y supermercados son mayores, en contraposición de las compras en grandes almacenes y cadenas especializadas, que tienen más peso en los más jóvenes.

Así, los mayores de 60 años que compran en hipermercados y supermercados son el 92,7%, frente al 57,2% de los que tienen entre 16 y 29 años. En relación con las compras en grandes almacenes, el 66,1% de los madrileños comprendidos entre 16 y 29 años las realiza en los mismos, suponiendo el 53,8% de los madrileños

A medida que aumenta la edad las compras realizadas en hipermercados y supermercados son mayores.

con más de 60 años. Cifras que se acentúan si se observa el porcentaje de madrileños que compran en cadenas especializadas, donde lo hace el 41,7% de entre 16 y 29 años lo hace, frente al 26,4% de más de 60 años.

Tiendas físicas en las que los madrileños realizan las compras navideñas según edad



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

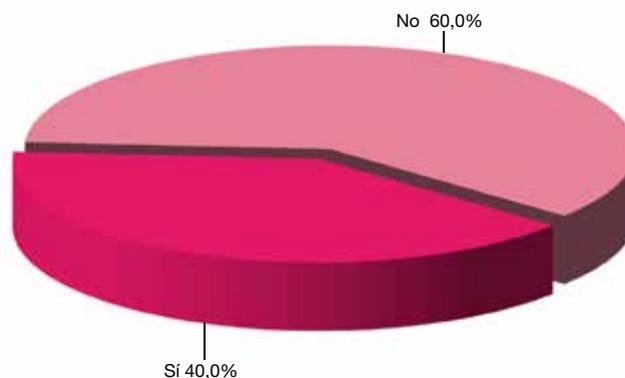
3.2.2. Compras a través de internet

El 40% de los hogares madrileños realiza compras navideñas a través de internet.

Aunque ya se ha dicho que las tiendas físicas mantienen el liderazgo como canal de compra en Navidad, internet también tiene su importancia.

El 40% de los hogares madrileños realiza compras navideñas a través de internet.

Realización de compras navideñas a través de internet

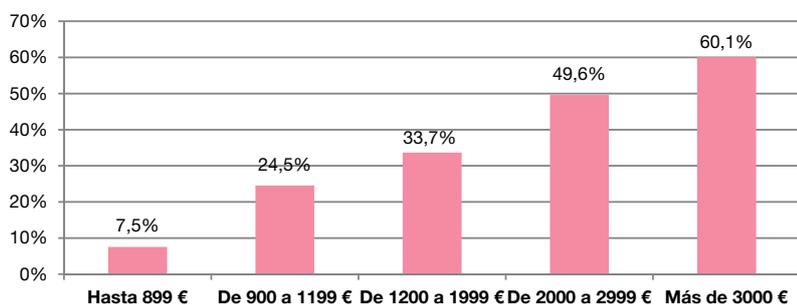


Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Si se tienen en cuenta los ingresos de los hogares madrileños, se observa que a mayor cantidad de ingresos, mayor es el uso de internet para realizar compras navideñas.

Así, en los hogares madrileños cuyos ingresos mensuales son menores de 900€, tan sólo el 7,5% de ellos realiza compras navideñas a través de internet, porcentaje ha ido en aumento a medida que aumentan los ingresos, hasta llegar al 60,1% de los hogares cuyos ingresos mensuales son mayores de 3.000€.

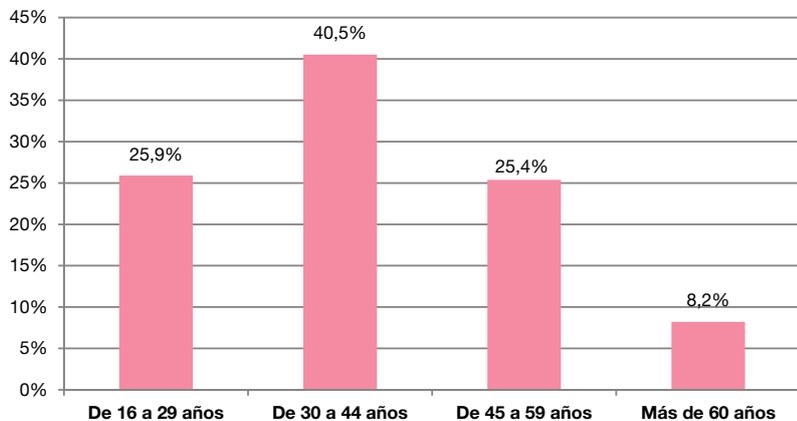
Realización de compras navideñas a través de internet según ingresos mensuales del hogar



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Por el contrario, si en las compras a través de internet se tiene en cuenta la edad, se aprecia que, en general, el porcentaje de personas que compran por internet disminuye con la edad. Aunque los comprendidos entre 30 y 44 años lo hacen en un 40,5% de los casos, frente al 25,9% de los de edades comprendidas entre 16 y 29 años, el 25,4% de los de 45 a 59 años, y tan sólo el 8,2% de los madrileños mayores de 60 años.

Compras navideñas a través de internet según rango de edad

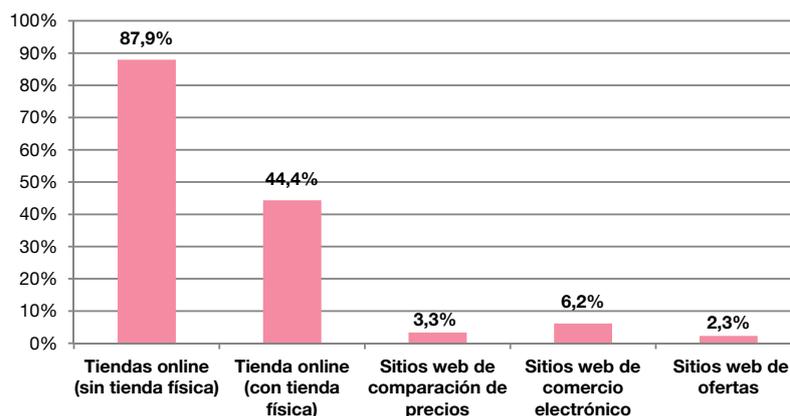


Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Las webs que más utilizan los hogares madrileños para sus compras son las tiendas online que no tienen tienda física.

Una vez que se han decidido a realizar compras por internet, las webs que más utilizan los hogares madrileños para sus compras son las tiendas online que no tienen tienda física, un 87,9%, frente a las tiendas online con tienda física, que suponen el 44,4%, y el resto de sitios web que apenas superan el 5%.

Tipos de webs en las que los madrileños realizan compras navideñas

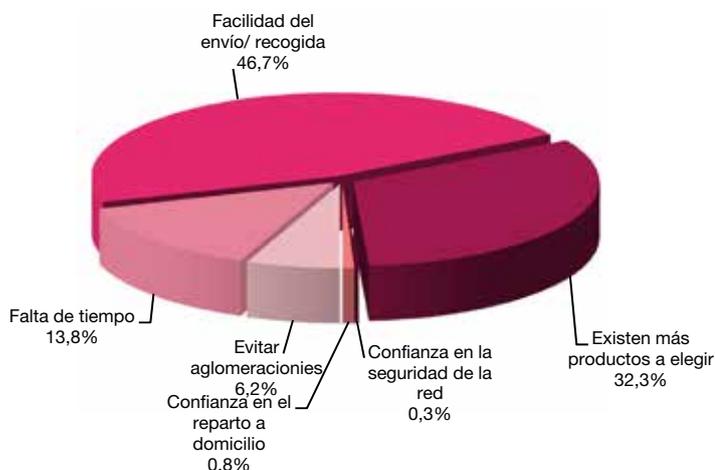


Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

La mayoría de los hogares realizan compras por internet por la facilidad del envío o porque existen más productos a elegir.

Cuando a los hogares madrileños se les pregunta por los motivos para realizar las compras por internet, el 46,7% de ellos responde que por la facilidad del envío o de la recogida, el 32,3% porque existen por internet más productos a elegir, y el resto de motivos están a gran distancia de estos, el 13,8% lo hace por falta de tiempo, el 6,2% para evitar aglomeraciones, y por confianza en la seguridad de la red y en el reparto a domicilio, apenas suponen el 2% de los hogares.

Motivos por los que se realizan compras navideñas a través de internet



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

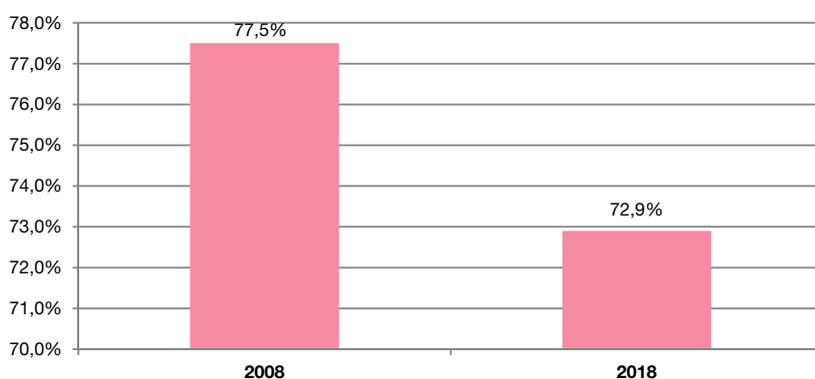
3.3. Consumo de lotería en navidad

También se ha preguntado a los madrileños acerca del consumo de lotería de navidad, una de las compras más tradicionales de esta época. Se expone a continuación la información obtenida, así como algunos datos comparativos con la navidad de 2008.

En las navidades pasadas el 72,9% de los hogares madrileños declaró haber comprado lotería de navidad, frente al 77,5% que la había comprado en el año 2008, justo el año de inicio de la crisis.

El 72,9% de los hogares madrileños declaró haber comprado lotería de navidad.

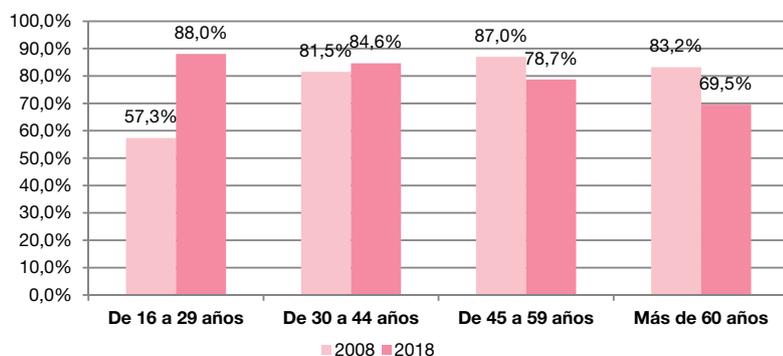
Evolución del porcentaje de madrileños que compran lotería en Navidad



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Al analizar el consumo de lotería según la variable edad, los jóvenes madrileños de 16 a 29 años en las pasadas navidades compraron en mayor medida lotería de navidad, un 88%, junto con los de 30 a 44 años, que lo hicieron en un 84,6%, y los de 45 a 59 años, en un 78,7% de los casos, frente a los mayores de 60 años que lo hicieron en un 69,5% de los casos.

Evolución del porcentaje de madrileños que compran lotería en Navidad según edad



Fuente: Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid. Subdirección General de Análisis Socioeconómico. Ayuntamiento de Madrid.

Con respecto al año 2008, en la crisis, se observa que el consumo de lotería es mayor en los de más avanzada edad, todos pasan el 80%, los de más de 45 a 59 años lo hacen en un 87% de los casos, los de más de 60 años en el 83,2%, y los de 30 a 44 años en el 81,5%, frente al 57,3% de jóvenes de 16 a 29 años que compra lotería en 2008.

4. Conclusiones

Se confirma la buena senda de la confianza del consumidor en el período de estudio, al igual que las valoraciones de la situación actual del conjunto nacional y de la situación familiar.

En este contexto, la mayoría de los hogares madrileños gastan en las compras de navidad según las previsiones hechas, siendo el gasto medio por hogar de 870,79€. De los cuales poco más de la mitad ha sido para productos alimenticios y bebidas, el 33,6%, y el 20,9% para ropa, calzado y complementos.

Los hogares madrileños han gastado una media de 318,20€ en regalos navideños, lo que supone un 36,54% del total de los gastos realizados en navidad. Dato que supone un 5,1% menos que el gasto realizado en el año 2008 en regalos en navidad.

Del total gastado en regalos, poco más de la mitad es para ropa, calzado y complementos.

Para hacer frente a los gastos de las navidades, algunos hogares preparan un presupuesto específico. Así ocurrió en el 15,8% de los hogares madrileños en las pasadas navidades.

El porcentaje de hogares madrileños que han pagado con tarjeta estas navidades ha superado en todos los epígrafes el 50%, a excepción de peluquería, cosmética y belleza (35,1%) y lotería (el 1,5%).

La primera quincena del mes de diciembre se consolida como el período de mayor actividad para las compras navideñas de los madrileños, cobrando cuota a favor el mes de noviembre por las rebajas de “Black Friday”.

Las tiendas físicas siguen manteniendo el liderazgo como canal para realizar las compras. Así, el 99,5% de los hogares madrileños ha realizado compras navideñas en tiendas físicas.

Los hogares madrileños no se casan con nadie y prefieren repartir sus compras entre distintas alternativas de establecimientos, aunque los hipermercados y supermercados son la principal opción, con un 81,1% de hogares madrileños que realizan compras en ellos.

La compra a través de internet también tiene su importancia, el 40% de los hogares madrileños las realiza por dicho canal. Y las webs que más utilizan los hogares madrileños para sus compras son las tiendas online que no tienen tienda física, un 87,9%.

Los madrileños utilizan internet, básicamente, por la facilidad del envío o porque existen más productos a elegir.

Con respecto a una compra típica de navidad, como es la lotería, en las navidades pasadas el 72,9% de los hogares madrileños declaró haber comprado lotería de navidad, cifra inferior al año 2008, justo el año de inicio de la crisis.