

# Diciembre

## EL MES DEL CONSUMO EN ESTADOS UNIDOS

Compras, viajes, comidas, regalos, fiestas privadas... Diciembre es el mes del consumismo por excelencia en Estados Unidos donde no solo se celebra la Navidad, festividad cristiana, también tienen mucha importancia el Hanukkah, una celebración judía realizada durante 8 días a principios de mes, y el Kwanzaa, festejada por los afroamericanos la última semana de diciembre.

/ Cristina Rodríguez (Nueva York)

**E**l impacto económico de estas festividades en el país es enorme. Según los datos de la web de estadísticas [statista.com](http://statista.com) los estadounidenses desembolsarán más de 3,1 billones de dólares para celebrar las fiestas.

### MÁS AHORROS, MENOS CONSUMO

Este periodo de vacaciones es el momento más importante del año para los empresarios de venta al por menor. Alrededor de un tercio de las ganancias anuales de algunas tiendas se hacen en esta época.

La Federación Nacional de Minoristas de Estados Unidos prevé que las ventas de noviembre y diciembre de 2015 sean de algo más de 630.000 millones de dólares (sin contar vehículos, petróleo y restaurantes). Se trata de un 19% del total de las ganancias del año para este sector. Una conclusión muy parecida es la que publica la web [statista.com](http://statista.com) para la que los minoristas este año podrían obtener unos beneficios superiores a los 620.000 millones de dólares.

Aún así, estas cifras no son muy buenas. Según un estudio de mercado de la firma NPD "las compras estas fiestas podrían mostrar el más lento crecimiento desde el año 2009". Algo que comparten los analistas de Morgan Stanley, que predicen que las ganancias para los minoristas serán más bajas que las del año pasado. "Los empresarios podrían recibir carbón en sus cajas registradoras", dicen desde el banco.

El analista jefe de la industria al por menor del grupo NPD, Marshal Cohen, ha pronosticado que las ventas subirán esta temporada entre un 2,8% y un 3,2%, por debajo del 3,5% del año pasado. Por su parte los expertos de la consultora AlixPartners estiman esa subida entre el 2,8% y el 3,4%.

De acuerdo con el Departamento de Trabajo de Estados Unidos, los compradores tienen más dinero para gastar debido al crecimiento de los salarios en octubre, que fue el mejor dato en varios años. Pero según Kimberly Greenberger, analista de Morgan Stanley, "si bien los consumidores tendrán mucho más dinero en sus bolsillos esta temporada, eso no se traducirá ne-



El Árbol de Navidad de Rockefeller Center, en el corazón de Nueva York.



The Christmas decorations in Midtown Manhattan NYC

cesariamente en un gasto extra". Para Matthew Shay, presidente de NRE, "a pesar de que algunos indicadores económicos han mejorado, los consumidores estadounidenses se muestran divididos entre aquéllos que han decidido tirar de sus ahorros estas fiestas y otros que gastarán menos preocupados aún por la situación económica".

Diciembre es, además, un mes en el que baja el paro puesto que se contratan a más empleados para compensar la fiebre consumista. De acuerdo con una encuesta realizada por el sitio web de empleos CareerBuilder a 2.300 directores y profesionales de recursos humanos en Estados Unidos, el 33% de las empresas de todos los sectores planean contratar personal para la temporada festiva este año. Esto es un 7% más que el año pasado. Según la web statista.com se espera que las tiendas de Estados Unidos contraten alrededor de 800.000 personas estas fiestas. Target, Macy's, GAP o Toys R Us son algunas de las grandes superficies que ya han dicho que emplearán a miles de trabajadores estacionales, pero tam-

bién lo harán las empresas de envío de paquetería como UPS o FedEx. UPS tiene previsto contratar a 95.000 trabajadores y FedEx a 45.000. Amazon contratará a 100.000 personas, más que nunca en su historia en esta época del año.

Los empresarios no sólo se rascarán el bolsillo para realizar contrataciones extra. Las grandes multinacionales y las pequeñas empresas también gratificarán a sus trabajadores y clientes. Dependiendo del tamaño de la compañía así será el gasto. Algunas pueden llegar a desembolsar hasta 100.000 dólares en presentes. En Estados Unidos no es común regalar cestas de Navidad, pero sí se celebran cenas, pagadas por la empresa, o se organizan actividades para

**UPS CONTRARÁ A 95.000 TRABAJADORES Y AMAZON A 100.000, MÁS QUE NUNCA EN SU HISTORIA. TODOS ELLOS PARA LA CAMPAÑA NAVIDEÑA**

todos los compañeros de trabajo, como una noche en el cine o el teatro o una degustación de vinos. Pero sin duda lo más común es obsequiar a los trabajadores con una tarjeta regalo con dinero, con una cifra que varía de los 25 a los 100 dólares. Las más comunes son las tarjetas regalo de American Express o Visa para gastarlas en lo que se quiera, pero también las hay para consumir en el cine, en un restaurante o en una tienda específica. (Por ejemplo, el año pasado la más popular fue una tarjeta regalo de la cafetería Starbucks). Uno de cada siete estadounidenses recibió una de esas tarjetas en 2014, es decir, casi 46 millones de personas, y se espera que este año la cifra aumente un 25%, según la Federación Nacional de Minoristas.

#### **DECORACIÓN: ÁRBOL, LUCES Y OTROS ORNAMENTOS**

Aunque no todos celebren la Navidad en Estados Unidos, ésta es una festividad que gana adeptos, incluso entre aquéllos no creyentes. Y no hay

Navidad que se precie en el país sin un árbol y sin una buena iluminación. El árbol de Navidad es considerado como el símbolo principal de esta tradición y es una parte fundamental de la temporada de compras navideñas.

Se calcula que este año se comprarán alrededor de 33 millones de árboles de Navidad en el país. El costo promedio de los árboles de verdad, los naturales, es de 39,50 dólares y el precio de los falsos o de plástico supera los 66 dólares de media. El monto total por la compra de árboles ascenderá a los 2.200 millones de dólares, según la Asociación Nacional de Árboles de Navidad.

El árbol de Navidad más famoso del mundo es, sin duda, el de Rockefeller Center de Nueva York. Este año fue instalado la primera semana de noviembre. Se trata de un abeto de 80 años que pesa 10 toneladas y mide casi 24 metros de alto y más de 14 de ancho. Su precio, 85.000 dólares. Las 45.000 luces multicolor LED que lo adornan cuestan casi 14.000 dólares, una ganga en comparación con los

35.000 dólares que vale el ornamento que corona el árbol, una pieza de la joyería Swarovski con 25.000 cristales incrustados.

En cuanto al costo de la electricidad de las luces de Navidad en el país, es difícil hacer una estimación exacta. Pero nos hacemos eco del estudio realizado por Rhett Allain, profesor de físicas en la Universidad de Luisiana. Allain calcula que unos 20 millones de viviendas en Estados Unidos usarán luces como decoración navideña. "La potencia media de cada casa que pone las luces de Navidad es de 1.000 vatios y el costo promedio de la energía eléctrica es de 10 centavos de dólar por kilovatio", explica. "Supongamos, además, que la familia tiene las luces encendidas 4 ho-

**LOS ESTADOUNIDENSES SE GASTARÁN 233 MILLONES DE DÓLARES EN ELECTRICIDAD PARA DECORAR SUS VIVIENDAS EN ESTAS FIESTAS**

ras al día durante un mes". Por tanto, según sus cálculos, los estadounidenses se gastarán 233 millones de dólares en electricidad para decorar sus viviendas durante las fiestas.

A parte de poner el árbol y las luces, y dependiendo si se celebra la Navidad, el Hannukah o el Kwanzaa, los estadounidenses decorarán sus casas con distintos motivos festivos. Según una encuesta llevada a cabo por las cadenas Kmart y Sears, el 82% de los americanos planea comprar artículos de decoración estas fiestas. El 34% de ellos dice que gastará 100 dólares o más este año en adornos y ornamentos.

#### **REGALOS, COMIDAS Y VIAJES**

El consumo de alimentos típicos de estas fechas es una de las cosas que comparten las tres fiestas más importantes de diciembre en Estados Unidos. Según una encuesta de la Federación Nacional de Minoristas, los estadounidenses gastarán un promedio de 107 dólares por persona en comida relacionada con las distintas festividades.



Pero serán los regalos donde se vaya la mayor parte del presupuesto. Según la encuesta de la empresa Gallup, los estadounidenses se gastarán una media de 812 dólares por persona en regalos este año, la mayoría para amigos y familiares. Es el dato más alto desde el año 2007, antes de la crisis. Además, el 57% de los consumidores afirma que se hará un regalo a sí mismo, por una cifra que rondará los 125 dólares según la Federación Nacional de Minoristas (NRF, por sus siglas en inglés).

En total, y según la web *statista.com*, los americanos se dejarán 781.000 millones de dólares en regalos, un dato aún lejos de los 866.000 millones que gastaron en 2007.

De acuerdo con la NRF, los artículos más regalados serán la ropa y complementos de vestir (el 52,2%) aunque se prevé que los consumidores compren menos ropa de temporada ya que este invierno parece que será inusualmente menos frío que los anteriores. Le siguen la tecnología, libros y videojuegos (el 40,5%). Y uno de los regalos que más sube es la joyería. Según datos de *statista.com*, en 2014 este sector minorista se hizo con 9.310 millones de dólares en Estados Unidos, un dato que podría superarse este año.

Muchas de las compras de esta temporada serán 'online' para evitar colas y aglomeraciones y debido a la comodidad y rapidez que ofrece Internet. El 46% de los estadounidenses afirma que hará sus compras a través de este medio, un 2% más que el año pasado. Se prevé que las ventas usando el comercio electrónico asciendan a 79,4 millones de dólares este año, un aumento del 13,9% respecto a 2014.

Entre esas ventas 'online' destacan los viajes de placer. Según datos de la encuesta de la web turística *hotwire.com* sobre el comportamiento de viaje de los americanos, los estadounidenses se gastarán en torno a 60.000 millones de dólares en vacaciones a final de año. /



## / HALLOWEEN Y THANKSGIVING

Los estadounidenses se preparan para el periodo vacacional desde octubre, cuando empieza la temporada de compras. Según una encuesta de Prosper Insights and Analytics casi el 40% de los compradores dice que comienza sus compras de diciembre antes de Halloween. Otro 41,5% lo hace en noviembre, sobre todo durante el Black Friday, y el 18,7% en diciembre. El 61,4% de ellos afirma que compran en septiembre u octubre para extender su presupuesto, el 48% lo hace para librarse de las multitudes de noviembre y diciembre y el 46% para evitar el estrés de las compras de último minuto.

Pero los dos meses previos a la Navidad, el Hannukah y el Kwanzaa, los consumidores también gastan parte de su presupuesto en Halloween y Thanksgiving. En concreto, este año los estadounidenses se han gastado la friolera de 7.000 millones de dólares en la festividad de Halloween, desglosados de la siguiente manera: 2.800 millones de dólares en disfraces, 2.200 millones de dólares en caramelos y chocolates y el resto en calabazas y decoraciones para viviendas y negocios.

El consumo también se desborda en Thanksgiving. Tan solo en la cena de esta celebración familiar de finales de noviembre los estadounidenses se dejan más de 2.500 millones de dólares, según la Federación Americana de Granjeros. Los estadounidenses consumen 46 millones de pavos esta noche, de acuerdo con la Federación Nacional del Pavo, y su precio ha sido más caro este año debido a la escasez de suministros por los brotes de gripe aviar que vivió el país a principios de 2015 y que llevó a los granjeros a sacrificar más de 8 millones de pavos. A este gasto hay que añadir el desembolso por los desplazamientos para pasar este día con los seres queridos, bien sea por tierra en vehículos privados o transporte público, que usarán unos 40 millones de personas, o por aire. Según la Asociación Americana de Transporte Aéreo, unos 26 millones de estadounidenses usaron el avión para poder celebrar en familia el día de Acción de Gracias.