

Tendencias de Navidad 2020

Presentado por Amazon



amazon

Índice de contenido

01

**Comunicarnos con
nuestros seres queridos**

pg 4

06

**Cuidarse por dentro y
por fuera**

pg 9

02

**Curiosidad infantil y
juegos educativos**

pg 5

07

**Nuestra casa: el centro
de todo**

pg 10

03

**Unas Navidades
artesanales**

pg 6

08

Amor por lo local

pg11

04

**Cocinar de forma más
consciente**

pg 7

09

Un sinfín de juegos

pg 12

05

**Ponerse en forma desde
cualquier sitio**

pg 8

10

**Contribuir a la
comunidad**

pg 13

Informe de tendencias navideñas de Amazon 2020

Amazon ha encargado a WGSN, compañía líder global e independiente en tendencias de consumo, que comparta sus predicciones sobre las tendencias para la Navidad 2020. Gracias a un experto conocimiento intersectorial y a datos especialmente seleccionados, WGSN prevé qué productos y experiencias serán relevantes para los consumidores en España durante las próximas fiestas, ya que este año celebraremos una Navidad totalmente única.

La previsión de tendencias ha sido realizada por WGSN, una empresa de Ascential. **Para más información visite [wgsn.com](https://www.wgsn.com)**



Comunicarnos con *nuestros seres queridos*

La tecnología marcará estas fechas. Las videollamadas, a las que recurríamos especialmente para asuntos de trabajo, se han convertido ahora en parte de nuestra vida cotidiana, no solo para los jóvenes: el 75% de las personas mayores de 50 años realizan este tipo de llamadas con más frecuencia que antes.¹

UNA NAVIDAD DIGITAL

Durante este año muchas personas hemos participado en “aperitivos” y “quedadas” virtuales para mantener el contacto, y esta tendencia va a continuar en Navidad a través de las videollamadas. Las reuniones digitales nos ayudarán a mantener los vínculos con aquellas personas que están lejos tanto en estas fechas especiales como en el día a día. Productos

como altavoces Bluetooth, cámaras y auriculares con cancelación de ruido serán un éxito entre los consumidores.

Para apoyar a los pequeños negocios, como bares y restaurantes, los consumidores recurrirán a las comidas y cenas de encargo, ya sean recetas tradicionales, platos más sofisticados o kits de coctelería; sin faltar los clásicos dulces navideños, como los Roscones de Reyes, los mazapanes y los turrones.

Varios análisis determinan que los consumidores destinan el 25% de su presupuesto de Navidad a decoración, y este año buscaremos elementos decorativos que resalten al otro lado de la pantalla.² Greer Hughes, Mindset Consultant Director de WGSN, explica: “una mesa con decoración navideña y platos típicos de estas fechas, permitirá que las personas compartan juntas la cena de Nochebuena, aunque estén físicamente separadas”.

EL TOQUE PERSONAL

Después de meses de distancia, se prevé un incremento en el envío de cartas y felicitaciones navideñas manuscritas, tanto para desear un feliz año nuevo como para conectar con nuestros seres queridos que están lejos.

Este año,
apreciaremos más
que nunca ese
“toque personal”
que transmiten
las felicitaciones
escritas a mano



¹ Ageing Better, La experiencia de las personas que se acercan a su etapa de madurez en pleno confinamiento
² Deloitte a través de Homeworld Business, “Las experiencias ganan la partida a los regalos físicos para estas fiestas” en 2019

02

Curiosidad infantil y juegos educativos



Los niños han demostrado una gran resiliencia, curiosidad y ganas de aprender. Greer Hughes, Mindset Consultant Director de WGSN, explica:

“los padres seguirán buscando nuevas formas de interactuar con sus hijos mediante juegos educativos creativos y herramientas de aprendizaje. Estamos viendo que aquellos recursos interactivos e inmersivos de entretenimiento educativo se convierten en un elemento básico tanto en los hogares como en los colegios”.

UN ESPACIO PARA LA CREATIVIDAD

Así como los padres necesitan contar con un espacio de trabajo específico para concentrarse adecuadamente mientras teletrabajan, los hogares se adaptarán cada vez más a esta situación con nuevas zonas creativas o espacios de estudio, donde los niños puedan dar rienda suelta a su imaginación. Decorar estos espacios con el toque personal de los más pequeños les ayudará a sentirse motivados y a organizarse mejor, por ejemplo, con collages, álbumes de recortes u objetos hechos con materiales reciclados o divertidas actividades a las que los niños se han aficionado durante estos meses.

ENTRETENIMIENTO EDUCATIVO INMERSIVO

La educación se está convirtiendo cada vez más en una actividad familiar. Los juegos de estrategia y lógica en grupo son perfectos para combinar aprendizaje y ocio. Diversión y unión son la combinación perfecta, con juegos como “Hijos vs. Padres”, “Cluedo”, “Virus” o “Monopoly”, donde niños y padres aprenden mientras se divierten juntos.

HACIENDO DEL DEPORTE UNA DIVERSIÓN

La educación física es igual de importante que el resto de asignaturas. En Navidad, una época en la que tradicionalmente hace más frío, todos nos sentimos menos motivados para practicar ejercicio. Por eso, encontrar formas divertidas para que toda la familia se divierta y practique ejercicio en casa es una manera fantástica de promover hábitos saludables, así como de reforzar los vínculos familiares. Los Reyes Magos traerán juegos como “Stack 52”, que hace que los participantes se muevan con diferentes ejercicios de pesas y repeticiones por cada carta; y otros clásicos, como “Twister”, que después de muchos años seguirá siendo uno de los preferidos para la familia. Para los fanáticos de los videojuegos, las esterillas de baile y Ring Fit de Nintendo serán muy populares, ideales para que los niños jueguen mientras hacen ejercicio.

Unas Navidades *artesanales*

La popularidad de lo artesanal se ha disparado este año, y se ha convertido en una nueva forma de entretenimiento en casa.

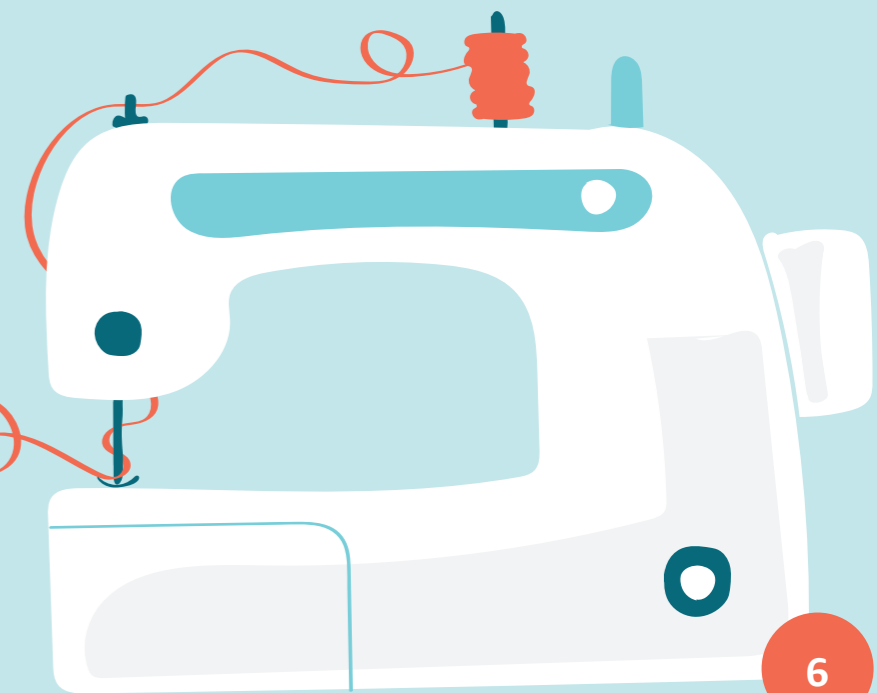
Estas Navidades, aficiones como coser y tejer, y los álbumes de recortables experimentarán un mayor crecimiento. También incrementará el interés en actividades artesanales más complejas, como la técnica japonesa de elaboración de juguetes amigurumi y el lettering.

MANUALIDADES SOSTENIBLES

Habilidad e ingenio: la elaboración de elementos decorativos caseros, como adornos navideños y otros detalles propios de estas fiestas, demuestran un creciente interés por el reciclaje y la sostenibilidad. Allyson Rees, Senior Editor de Estilo de Vida e Interiores de WGSN, explica: "la naturaleza será una fuente de inspiración en estas fiestas, ya que los consumidores pasan buena parte del año en sus hogares, por lo que prevemos diseños de materiales naturales reciclados y hechos a mano. Este año, predominarán los colores tierra, que inspiran confort y calidez, elaborados con tintes naturales como la cúrcuma y la remolacha".

READAPTAR, REUTILIZAR, REICLAR

Rees continúa: "en decoración de interiores, recurriremos a artículos que puedan reutilizarse año tras año o que incluso puedan mantenerse en el exterior de la casa durante el invierno. El trabajo "en equipo" a la hora de montar la decoración navideña en casa generará grandes momentos y recuerdos familiares, que se convertirán en tradición. Los productos con un diseño atemporal que puedan servir a futuras generaciones serán los más populares, como edredones de punto, bolas de Navidad y álbumes fotográficos".



Cocinar de forma *más consciente*

Más del 50 % de los consumidores europeos cocinan actualmente en casa,³ y esto influirá a la hora de elaborar los menús navideños, gracias a la imaginación y a unos nuevos hábitos saludables y conscientes. Este año, las búsquedas de productos que ayudan a las defensas como la baya de saúco, los probióticos y el romero, aumentaron en toda Europa debido a que los consumidores mostraron interés en nuevos ingredientes que añaden a la cocina casera un extra saludable.⁴

EL AUGE DEL FLEXITARIANISMO

En España, el 32 % de los consumidores ha incrementado el consumo de alimentos veganos durante estos meses, y el 73 % reconoce que lo hace por alimentarse de una manera más saludable.⁵ El flexitarianismo, la dieta vegetariana más flexible con el consumo esporádico de proteína animal, se perfila como fuerte tendencia en 2021. Jennifer Creevy, Head of Food and Drink en WGSN, señala que los europeos avanzan hacia un estilo

de vida más saludable, por lo que veremos más opciones vegetales en los menús navideños: “las dietas a base de vegetales han aumentado a nivel mundial durante la pandemia y muchos consumidores optarán por una Navidad sin carne. También veremos platos contundentes de origen vegetal acompañados de guarniciones tradicionales, y postres clásicos en versión vegana”.

UNA CENA ESPECIAL

Las tradiciones cobrarán especial protagonismo en estas fechas, por eso los menús y platos clásicos en España no faltarán en las casas, como los turrones y el Roscón de Reyes, así como vinos y productos de la tierra.

En España, el 32 % de los consumidores ha incrementado el consumo de alimentos veganos durante estos meses...

³ Kerry, datos de ConsumerFirst, 2020

⁴ Kerry, Tendencias europeas de alimentos y bebidas durante la Covid-19, 2020

⁵ Veganuary a través de EIMostrador, 2020

Ponerse en forma *desde cualquier sitio*

El 2020 ha inspirado nuevas e ingeniosas formas de seguir practicando ejercicio y mantenerse en forma. En lo que va de año, las ventas de ropa deportiva en Amazon Fashion han aumentado un 130%.

Los entrenamientos online se convirtieron en todo un éxito en España, como es el caso de Gonzalo, un instructor de fitness sevillano, que no quiso interrumpir su rutina deportiva durante la cuarentena y realizaba entrenamientos para todo su vecindario.

Laura Yiannakou, Senior Strategist de Moda en WGSN, explica: "los consumidores han desarrollado nuevas rutinas durante estos meses, y se prolongarán en 2021, desde fitness en casa hasta actividades al aire libre. Prevemos que los consumidores invertirán en equipamiento deportivo."

COMPETENCIA SANA

Muchos consumidores han descubierto divertidos foros online y clubes virtuales para sustituir a su comunidad del gimnasio. Compartir los resultados y el progreso de la actividad física en aplicaciones como Fitbit, Garmin y Polar, así como en redes sociales, proporciona el estímulo necesario para que las personas practiquen deporte con más regularidad⁷, tendencia que

veremos crecer a partir de enero, un momento en el que se hace balance y se proyectan nuevos propósitos.

MONITORIZAR LA ACTIVIDAD FÍSICA

La tecnología ha hecho aumentar la afición por el deporte mediante la adaptación y la creación de nuevas rutinas online, aplicaciones de fitness, equipamiento de gimnasio para el hogar y dispositivos wearables.⁸ Los auriculares inteligentes tuvieron un gran éxito en el pasado Consumer Electronics Show (CES), y los nuevos modelos con nuevas funcionalidades que vienen harán aún más fácil la práctica de deporte. El mercado de auriculares inteligentes creció un 33%

respecto al año anterior, y representa el 60% de todos los dispositivos wearables, ya que los consumidores disfrutan de la versatilidad de estos accesorios tanto para trabajar como para practicar ejercicio. Uno de los productos estrella de estas navidades serán los nuevos modelos Fitbit Sense, que incluyen un sensor de temperatura cutánea en la muñeca.

⁶ The Independent, Entrenamientos españoles en cuarentena, 2020

⁷ Flinders University, "La conexión social impulsa el atractivo de las aplicaciones de fitness", 2020

⁸ IDC, Rastreador de orejeras y muñequeras, 2020

Cuidarse por dentro y por fuera

El hecho de pasar más tiempo en casa ha generado un incremento en la demanda de artículos para la relajación. A medida que nos acercamos al final de 2020, los españoles están adoptando nuevas rutinas de cuidado personal para optimizar su bienestar. Greer Hughes, Mindset Consultant Director de WGSN, explica: "la importancia que ha adquirido a lo largo de este año el desarrollo de hábitos saludables ha generado que valoremos más la alimentación y la calidad del sueño. Las personas ven su cuerpo como un ecosistema que necesita cuidados constantes, tanto por dentro como por fuera".

DORMIR BIEN

Además de hacer ejercicio, las rutinas para mejorar la calidad del sueño también serán clave a la hora de adoptar un estilo de vida saludable, aunque los consumidores españoles tienden a dormir alrededor de una hora menos que el resto de Europa.⁹

Productos para descansar la vista de las pantallas, como por ejemplo, los filtros de luz azul, ganarán en popularidad; y remedios naturales para conciliar el sueño y auriculares con cancelación de ruido, contribuirán a que las personas mejoren su descanso en 2021.

ELEMENTOS MULTISENSORIALES

El hecho de que los hogares se conviertan en espacios multifacéticos, tanto para practicar ejercicio, socializar y trabajar, favorecerá que las rutinas de higiene den un paso más hacia la relajación. La gente invertirá más en productos para el cuidado de la piel: un 47 % de los consumidores utilizan ahora crema de noche y un 55 % un limpiador para la piel.¹⁰ En 2020, los purificadores de aire han aumentado sus ventas en Amazon.es, y 2021 nos traerá una nueva tendencia: las experiencias

inmersivas y multisensoriales que penetran tanto en la mente como en el cuerpo con sonidos, aromas y colores que ayudan a mejorar el estado de ánimo. Los productos multifuncionales, como cápsulas aromáticas, bombas y geles de baño, que combinan higiene con aromaterapia, serán todo un éxito en estas fiestas.

EL SONIDO DEL BIENESTAR

A medida que evolucionan las rutinas en el hogar, vemos un cambio en los gustos musicales de los consumidores: de playlists festivas a música relajante. Recurriremos a la música y a los contenidos de audio para felicitar y celebrar la Navidad, pero con la llegada de 2021 volveremos a un uso más individual, con auriculares y dispositivos que ofrecen una experiencia sonora personalizada y envolvente.

...las rutinas para mejorar la calidad del sueño también serán clave a la hora de adoptar un estilo de vida saludable, aunque los consumidores españoles tienden a dormir alrededor de una hora menos que el resto de Europa.

⁹ The Guardian, "La falta de sueño de los españoles no es algo cultural, están en la franja horaria equivocada", 2017
¹⁰ Mintel a través de Professional Beauty, 2020



Nuestra casa: *el centro de todo*

La relación que tenemos con nuestro hogar ha cambiado: ha dejado de ser un lugar en el que pasábamos poco tiempo para convertirse en el principal centro de actividad de nuestra vida diaria. Los consumidores sienten la necesidad de mejorar la decoración y aprovechar al máximo el espacio, puesto que nuestra casa es ahora un entorno híbrido y flexible que debe desempeñar muchas veces funciones de oficina, gimnasio, restaurante...

ORGANIZAR EL ESPACIO

Las videollamadas han hecho que cada vez más españoles quieran crear un espacio de trabajo donde sentirse cómodos y sea estéticamente atractivos para que lo puedan apreciar compañeros de trabajo, familiares y amigos a través de la pantalla. Esto hará

que aumente el interés por materiales y herramientas de bricolaje, plantas, artículos de decoración y cuadros para decorar y personalizar el fondo de nuestras reuniones digitales.

ESTILISMOS DE TELETRABAJO

Debido al aumento del teletrabajo, la tendencia a arreglarse únicamente de cintura para arriba (que es lo que se ve en pantalla) se ha extendido enormemente. Laura Yiannakou, Senior Strategist de Moda de WGSN, destaca: para dar una buena impresión en sus videollamadas, los consumidores prefieren colores vivos y prendas cómodas. Hemos detectado un crecimiento en la venta de accesorios, como pendientes y complementos para el pelo, así como de maquillaje de ojos.



“ Debido al aumento del teletrabajo, la tendencia a arreglarse únicamente de cintura para arriba (que es lo que se ve en pantalla) se ha extendido enormemente. ”

08

Amor por *lo local*

Esta Navidad, conectaremos mucho más con la gente de nuestro alrededor y comunidad, como por ejemplo, con sus vecinos y pequeños negocios de barrio. Según nuestro estudio, el 45 % de los españoles muestran cada vez más interés en los productos de comercio local.

APOYO AL PEQUEÑO COMERCIO

Esta Navidad, más que nunca, queremos apoyar la economía nacional, por eso en Amazon queremos dar la mayor visibilidad a pequeñas y medianas empresas, artesanos y emprendedores españoles.

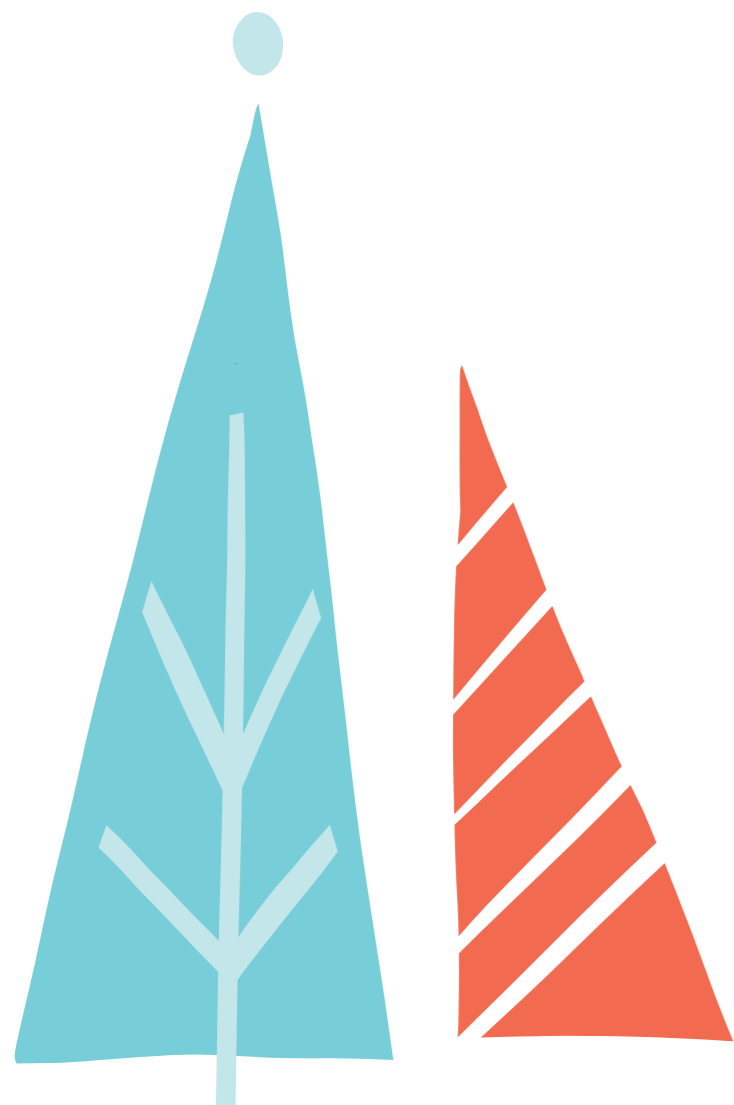
A la mesa con productos nacionales: los clientes también pueden encontrar en Amazon.es la tienda "Alimentos y vinos de España", un proyecto desarrollado en colaboración con ICEX para apoyar el conocimiento de las marcas de gastronomía española en todo el mundo, y facilitar que los productores y las pymes de gastronomía

y alimentación puedan exportar sus productos a través de la venta online.

UNA NAVIDAD HANDMADE

Handmade es una tienda online que ofrece productos únicos, hechos a mano por artesanos verificados de todo el mundo. De esta manera, los clientes pueden descubrir artesanos tanto de su propio país como de cualquier otro lugar del mundo, -Amazon Handmade está disponible en 8 países del mundo-, y seguir disfrutando de la experiencia de compra en Amazon, que ya conocen y en la que confían, solo que con productos artesanales. En la Tienda de Handmade de Amazon.es los clientes pueden encontrar artículos de 2.000 artesanos españoles. La mayoría de sus productos son personalizables, una opción perfecta para hacer regalos únicos y especiales esta Navidad

Unas 9.000 pequeñas y medianas empresas españolas venden sus productos en Amazon.es, y más del 75 % venden sus productos a clientes de todo el mundo. Amazon ofrece soporte práctico y servicios para ayudar a estas empresas a crecer, como el lanzado recientemente: Despega, un programa diseñado para impulsar el crecimiento y la digitalización de más de 50.000 pequeñas empresas en toda España.



Un sinfín de juegos

Hacer puzles, una partida de cartas, juegos de mesa o ajedrez (en definitiva, esos juegos que a menudo solo sacamos del armario durante las fiestas de Navidad, cuando toda la familia está reunida) se han convertido ahora en rutinas en muchos hogares. La expectativa es que esta tendencia aumente durante los próximos meses, promovida por la sensación de unión que los consumidores quieren sentir, así como por la nostalgia asociada a los juegos clásicos para toda la familia.

GAMING GENERACIONAL

Mantener la mente ocupada es claramente una de nuestras prioridades: juegos como Candy Crush, Angry Birds y Spider Solitaire han aumentado su popularidad en un 12 % durante el último año. Los videojuegos también son un deporte comunitario en toda Europa, y...

...especialmente en España, donde casi 1 de cada 5 gamers (19 %)¹¹ jugó más con amigos, familiares u otros jugadores durante el confinamiento.

Puesto que la locura por los videojuegos continúa extendiéndose entre generaciones, cabe esperar una mayor demanda de juegos multijugador y de equipamientos de gaming para esta Navidad: los jóvenes de 18 a 25 años prefieren ver a la gente jugar a videojuegos online que ver deporte.¹²

UNA NAVIDAD DIFERENTE

Durante estas fiestas, también veremos un auge de los juegos y tradiciones de infancia que despierten nuestra nostalgia. "Para los consumidores, esta Navidad será muy importante celebrar tradiciones como la de poner el Belén", explica Greer Hughes, Mindset Director Consultant de WGSN, y añade, "los calendarios de Adviento, un regalo perfecto para que los niños se entusiasmen con la cuenta atrás de la Navidad, o preparar agua para los camellos en la noche de Reyes, serán clave para que los niños vivan las Navidades con ilusión."



¹¹ Ipsos Mori, "Videojuegos durante el confinamiento", septiembre de 2020
¹² Limelight, El estado de los videojuegos online, 2020

10

Contribuir a *la comunidad*

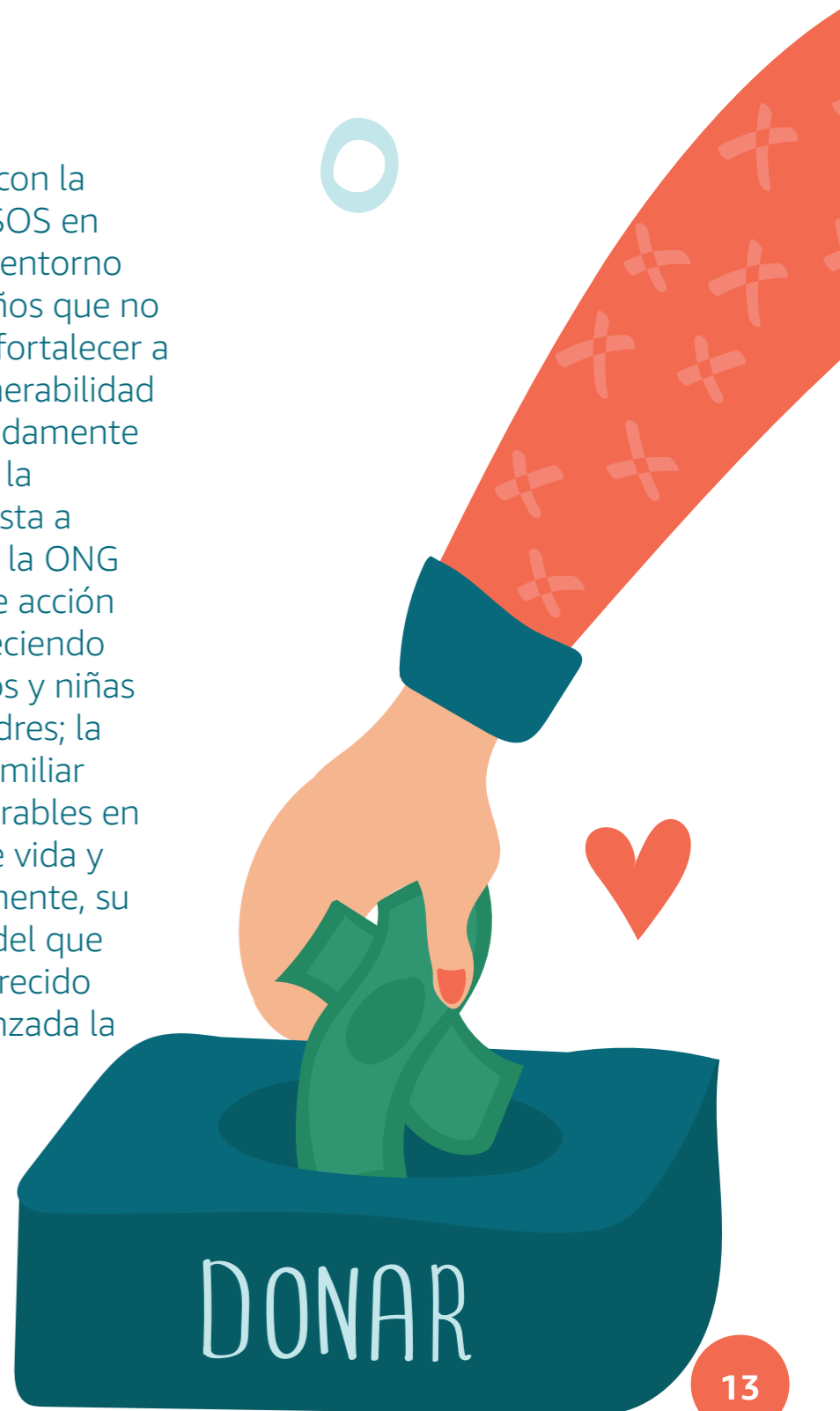
2020 nos ha recordado la importancia de valorar los pequeños gestos y muestras de cariño y agradecimiento. **La solidaridad será especialmente importante esta Navidad y habrá una tendencia a realizar donaciones y a ayudar a aquellos que más lo necesitan.**

MÁS SOLIDARIDAD

Las ONG de todo el mundo desempeñan un papel vital dentro de sus comunidades. Actualmente este tipo de entidades se enfrentan a nuevos desafíos, a menudo con menos recursos que antes al estar combatiendo una pandemia mundial. En este sentido, con el objetivo de ayudar a más de mil organizaciones sin ánimo de lucro en todo el mundo, Amazon realizará una serie de donaciones económicas y de producto que realizará durante esta campaña navideña. Las donaciones irán destinadas a diferentes entidades en España, Alemania, Austria, Australia, Canadá, China, Estados Unidos, Francia, India, Italia, Japón, Reino Unido y Singapur, entre otros países.

AMAZON.ES CON ALDEAS INFANTILES SOS

En España Amazon colaborará con la organización Aldeas Infantiles SOS en su objetivo de proporcionar un entorno familiar protector a aquellos niños que no pueden tenerlo, así como para fortalecer a las familias en situación de vulnerabilidad para que puedan cuidar adecuadamente de sus hijos. La contribución de la compañía ayudará a dar respuesta a muchas de las necesidades que la ONG aborda desde sus programas de acción centrados en la protección, ofreciendo un nuevo hogar a aquellos niños y niñas que no pueden vivir con sus padres; la prevención y fortalecimiento familiar para apoyar a las familias vulnerables en la mejora de sus condiciones de vida y el cuidado de sus hijos, y, finalmente, su programa de jóvenes, a través del que apoyan a los jóvenes que han crecido en sus programas una vez alcanzada la mayoría de edad.





Para más información, por favor contacte con:

Ana Herrero

Email: herreana@amazon.es

Tamara García-Noblejas,

Email: sandigot@amazon.es

Amazon Press Office

www.amazon-prensa.es

prensa-amazon@tinkle.es

cgonzalez@tinkle.es

ydescalzo@tinkle.es

vlopez@tinkle.es

amazon

