

# Uso de lista de compras para planificar regalos

Xico Trujano, Julio 2025

# Sumario

Se realizaron dos encuestas enfocadas en entender las preferencias, hábitos y barreras de los usuarios mexicanos. Esta investigación busca determinar si los consumidores mexicanos estarían dispuestos a adoptar listas de compras como una herramienta para guiar sus decisiones de regalos.

## Aprendimos

La mayoría de la gente no usa listas para planificar sus regalos contra el 14 % que sí lo hace aunque casi la totalidad está dispuesta a usarlos si les ayuda a tomar un decisión con ahorro en tiempo y dinero.

Para tomar la decisión de compra la mayoría toma en cuenta los gustos del receptor y que tenga una utilidad antes que gustos propios o modas.

El presupuesto es una de las variables que más se toma en cuenta al momento de elegir que regalar.

# Panorama general

## Antecedentes

En México, el desperdicio de regalos (estimado en 1,300 – 2,600 millones de pesos anuales) representa una pérdida económica y ambiental significativa, en un contexto donde los consumidores son cautelosos debido a la inflación y la dependencia de ingresos limitados.

El uso de listas de compras ayuda a fomentar las compras planificadas, al tiempo que reduce el desperdicio y promueve un consumo consciente.

## Preguntas de la investigación

- ¿Qué método utilizas normalmente para decidir que regalar a alguien?
- ¿Usarías una aplicación solo para ello en tu teléfono?

# Método

Se llevaron a cabo dos rondas de encuestas con un grupo de diez usuarios anónimos, con el objetivo de analizar sus hábitos de consumo y evaluar el nivel de aceptación potencial hacia una aplicación móvil.



Descarga  
encuestas

Disposición a usar listas de compras para regalos en diversos eventos.

1. ¿Usarías una aplicación solo para ello en tu teléfono?

El objetivo es evaluar la disposición de los usuarios a adoptar una aplicación móvil dedicada a crear listas de compras para regalos, así como identificar motivaciones, barreras y preferencias de formato. Las preguntas deben explorar la comodidad con la tecnología, la percepción de valor y los obstáculos potenciales (ej. falta de familiaridad con apps, preferencia por métodos tradicionales).

Preguntas abiertas:

¿Estarías dispuesto a usar una aplicación en tu teléfono diseñada específicamente para crear y compartir listas de regalos para eventos como cumpleaños, Navidad o bodas? ¿Por qué o por qué no?

# Participantes

Familias (padres comprando para Día de Reyes o cumpleaños), jóvenes (18-34 años, regalos para novios o amigos), profesionales (intercambios laborales, bodas).

# Conclusiones y recomendaciones

Finding #

## Personalización basada en el receptor.

Los compradores priorizan conocer al destinatario (edad, preferencias, estilo) sobre la conveniencia propia.

## Restricciones prácticas.

Existe un balance entre emoción y pragmatismo. El regalo ideal debe ser significativo, pero ajustarse a realidades económicas y contextuales.

*"Voy a un centro comercial y busco un regalo de acuerdo a edad, gustos de la persona a la que se le va a regalar, talla y costo. Y así decido, con cada uno de los regalos."*

*"Según la personalidad de los festejados o usuarios, según presupuesto y según utilidad dependiendo de la ocasión."*

Finding #

## El dilema entre "sorpresa" y "acuerdo seguro".

Los compradores quieren evitar regalos fallidos, por eso investigan, pero al mismo tiempo, no desean perder la autenticidad del gesto ("mi conocimiento de la persona").

## Las redes sociales son una mina.

Las redes son la fuente de datos más actualizada, pero el proceso manual es tedioso y poco sistemático.

*"A veces investigo. Porque me gusta regalar cosas útiles o que sé que es algo que deseaban".*

*"Reviso un poco sus redes sociales pero me guío más por mis conocimientos en la persona".*

Finding #

## La utilidad como anti-regalo "olvidable".

Los compradores odian regalar "basura sentimental" (objetos bonitos pero inútiles), prefieren algo que el receptor use y recuerde al donante.

## Presupuesto y facilidad: Los frenos de la experiencia

Incluso si encuentran el regalo perfecto, la logística puede matar la idea (ej: "Está caro", "No hay tiempo"). La fricción en la compra lleva a optar por opciones genéricas.

*"Gustos del receptor, presupuesto y facilidad para adquirirlo".*

*"Saber que le gustará a esa persona y le sea útil".*

## Finding #

### El costo emocional de un regalo mal receptionado.

Un regalo fallido genera frustración y desilusión. Los usuarios internalizan estos errores y adoptan comportamientos preventivos.

### La demanda de "señales claras" del receptor.

Los compradores ya no confían solo en su intuición; quieren pruebas concretas de que el regalo será bien recibido. Prefieren pistas explícitas o implícitas.

*"Lo evitaría con una lista previa de los festejados o mayor investigación de sus gustos".*

*"Para evitarlo ahora busco que el festejado haya expresado lo que quería , ya sea de manera directa o indirecta".*

Finding #

## Regalos más significativos = menos arrepentimientos.

El mayor dolor no es gastar dinero, sino gastarlo mal. Una app debe garantizar que el regalo genere conexión emocional y utilidad real.

## Ahorro de dinero (sin parecer tacaño).

Los usuarios quieren optimizar costos, pero sin que el regalo parezca barato o genérico. Necesitan ayuda para encontrar el mejor valor por precio.

*"Regalos más significativos y ahorrar dinero son importantes".*

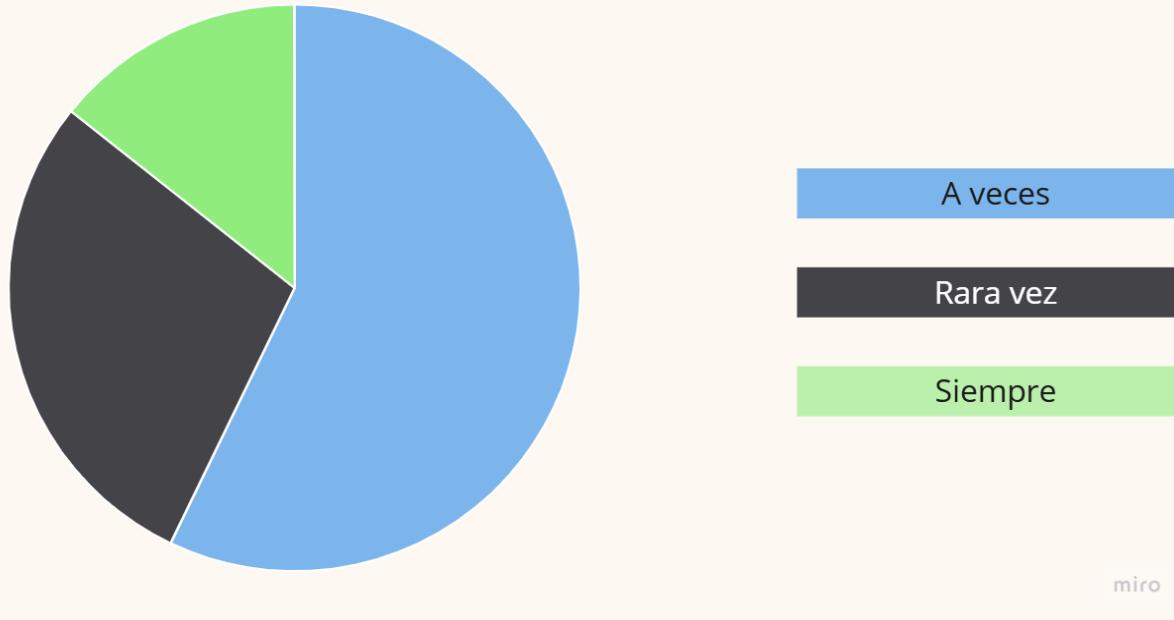
*"Elegir regalos que les gusten y que si usen".*

*"Ahorrar dinero y que me facilite la decisión".*

*"Practicidad, ahorro de tiempo, ahorro de dinero".*

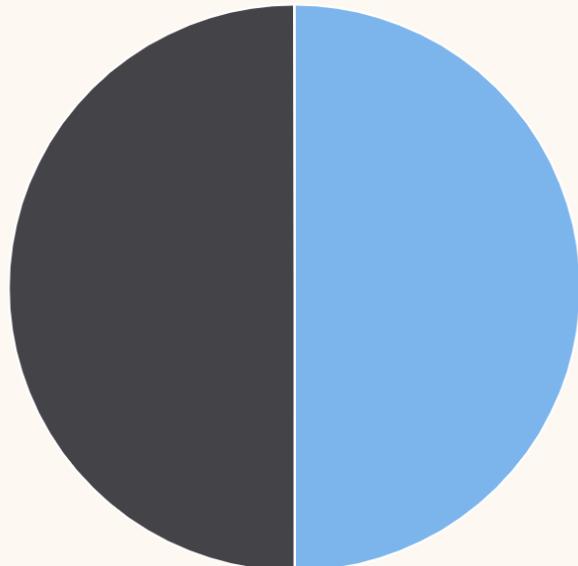
Finding #

## Con qué frecuencia usas una lista para planificar regalos.



Finding #

## Usarías una aplicación móvil para organizar listas de regalos.

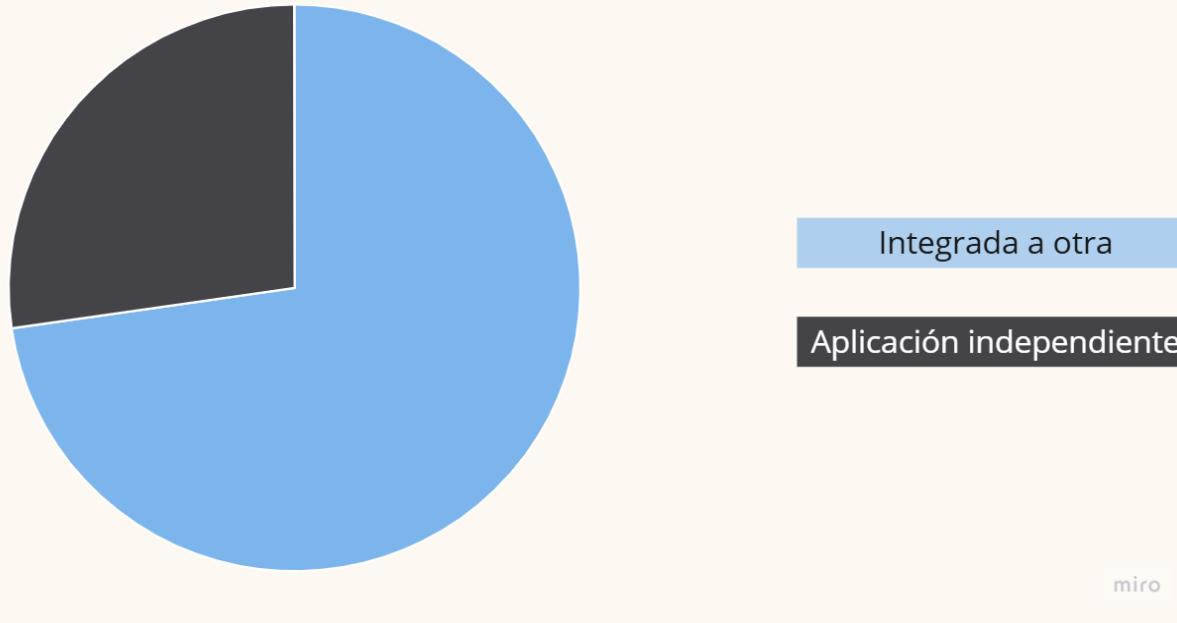


Probablemente sí

Sí, definitivamente

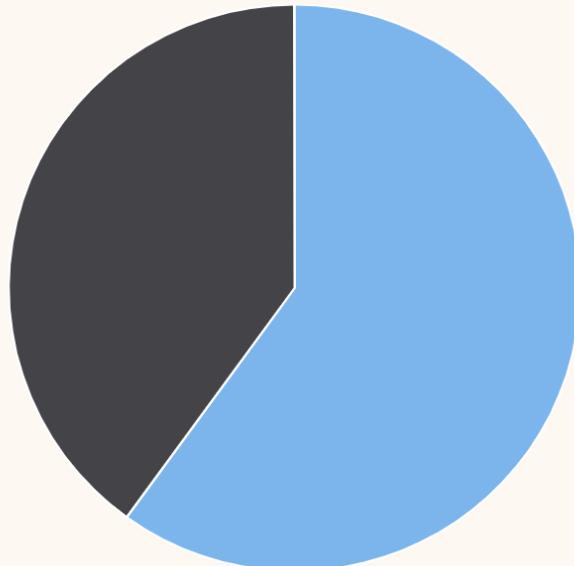
Finding #

## Aplicación independiente o integrada a otra plataforma.



Finding #

Qué tan cómodo te sientes usando aplicaciones para planificar compras o regalos.



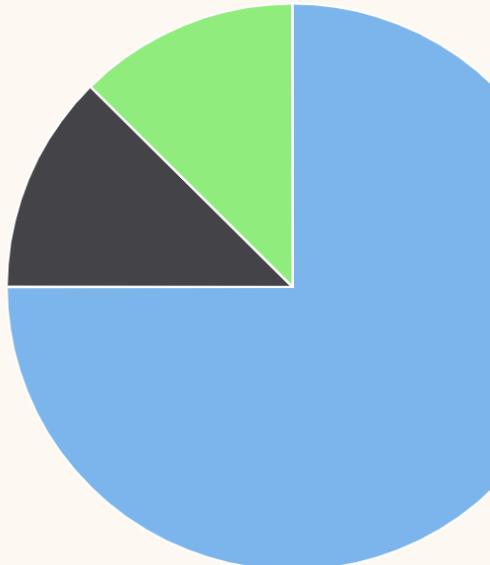
Algo cómodo

Muy cómodo

miro

Finding #

## Qué método usas con más frecuencia para decidir qué regalar.



Me baso en sus gustos

Pregunto directamente

Otro (investigo)

miro

# Conclusiones

## 1. Gestión inteligente de presupuestos (la prioridad #1)

### Datos clave:

- 100% de las respuestas mencionan el control presupuestal.
- "Que me mantenga un orden y me ayude a checar presupuesto".

### Solución ideal:

- Sistema de "presupuestos por evento" con alertas cuando te acercas al límite.
- Comparador de precios entre plataformas para el mismo producto.

# Conclusiones

## 2. Diversidad inclusiva de productores (el valor diferencial)

Lo que piden:

- "Desde el artesanal, orgánico hasta el más hipster o de marca privilegiada".

Oportunidad única:

- Filtros por tipo de productor (local/artesanal/sostenible/lujo).
- Sección "Descubre creadores mexicanos" con historias detrás de los productos.
- Alianzas con mercados orgánicos y ferias artesanales.

# Conclusiones

## 3. Planificación anticipada (el alivio del estrés)

Necesidad explícita:

- "Checar ideas con anticipación"

Funcionalidades ganadoras:

- Calendario de eventos importantes (cumpleaños, aniversarios).
- Recordatorios programables ("Faltan 30 días para el evento X").
- Listas colaborativas para regalos grupales (ej: boda o baby shower)

# Conclusiones

## 4. Integración Omnicanal (la comodidad que buscan)

### Demandas claras:

- "Comunicación con diferentes plataformas de compra"

### Implementación ideal:

- Agregador de tiendas (Amazon, Mercado Libre, Etsy, tiendas locales).
- Botón "Comprar ahora" que muestre todas las opciones disponibles.
- Historial de precios para identificar tendencias y mejores momentos para comprar.