

DICIEMBRE: ¡MANOS A LA COMPRA!

< POR ÁNGELA MELÉNDEZ S.
ILUSTRACIÓN: MAGGIORINI >

Cada año, los consumidores elevan sus expectativas de compras navideñas. Según una encuesta realizada por Deloitte, muchos proyectan gastar “lo mismo o más” que el año pasado y sin necesariamente ajustarse a un presupuesto. Tanto el consumidor estadounidense como el latinoamericano coinciden en que los canales *online* tienen un peso cada vez mayor en estas fechas, a pesar de que la experiencia en las tiendas siga siendo la favorita. Eso sí, el latinoamericano prefiere pagar en efectivo y dejar el plástico para lo estrictamente necesario. Ya sobre los regalos preferidos, la tecnología y la ropa siguen encabezando las preferencias, tanto en el Ecuador como en otros lugares del mundo.



CREYENDO QUE LA ECONOMÍA MEJORA, LA GENTE COMPRÁ MÁS

Los consumidores estadounidenses aseguran que este año su gasto navideño será mayor. Sus hábitos de compra siguen cambiando, así como sus expectativas respecto a las empresas de *retail*. El consenso entre los usuarios es que los gastos de Navidad, al menos en EEUU, aumentarán con relación al año pasado. La encuesta navideña anual de Deloitte sugiere que las ventas aumentarán entre 4 y 4,5% en estas navidades. Este potencial aumento podría convertirse también en una ventaja para las empresas minoristas o de *retail*.

La investigación anual navideña número 29 fue encargada por Deloitte y realizada en línea por una compañía independiente de investigación entre el 13 y 24 de septiembre de 2014. Se obtuvo una muestra nacional de 5.033 consumidores, con un margen de error de +/-1 punto porcentual.

El informe señala que los clientes continúan cambiando sus hábitos de compra, así como sus expectativas de

empresas y minoristas. Los cambios en los planes de gasto, en los procesos de compra y en las expectativas, en gran parte, son resultado de la mejora en las percepciones de la economía, y de una avalancha de tecnología que influye en los consumidores, además de las miles de opciones *online* que tienen los clientes.

UNA MIRADA ECONÓMICA

EL GASTO DE LOS CONSUMIDORES

Deloitte prevé que este año los gastos en artículos de regalo como de

no regalo se elevarán y más de la mitad de consumidores hará compras sin medirse a un presupuesto. Es decir, en general, se espera que los gastos navideños aumenten en 2014. Más que dos terceras partes (69%) de consumidores encuestados en EEUU planean gastar lo mismo que el año pasado, “aunque probablemente no gastarán el dineral que gastaron en los años de pre-recesión”, señala el estudio. Sin embargo, solo 15% planea gastar más que 2013, lo que es un aumento considerable, desde el nivel más bajo visto en 2009, cuando solo 8% tuvo la intención de aumentar sus gastos durante ese año (Gráfico 1).

GRÁFICO 1

El porcentaje de consumidores que gasta más o lo mismo continúa con tendencia a la alta

FUENTE: ENCUESTA NAVIDEÑA DELOITTE 1014, GRÁFICO: DUPRESS.COM

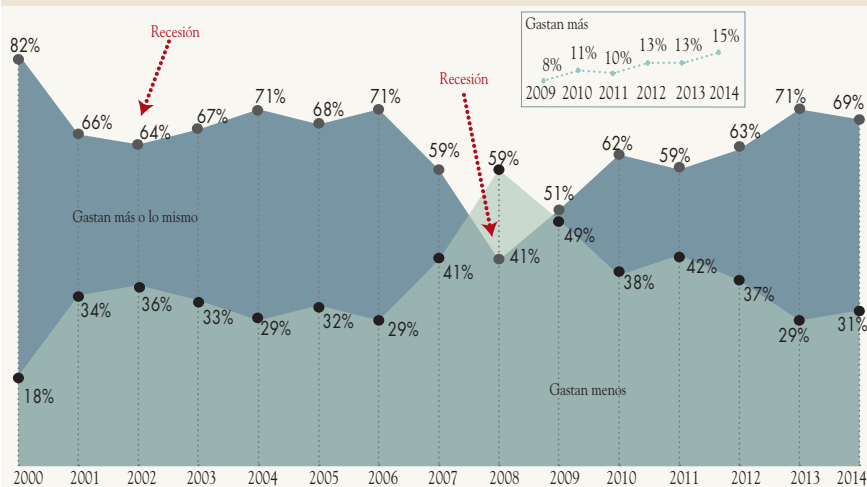


GRÁFICO 2

Creencia del consumidor respecto a la salud económica de EEUU

FUENTE: ENCUESTA NAVIDEÑA DELOITTE 1014, GRÁFICO: DUPRESS.COM

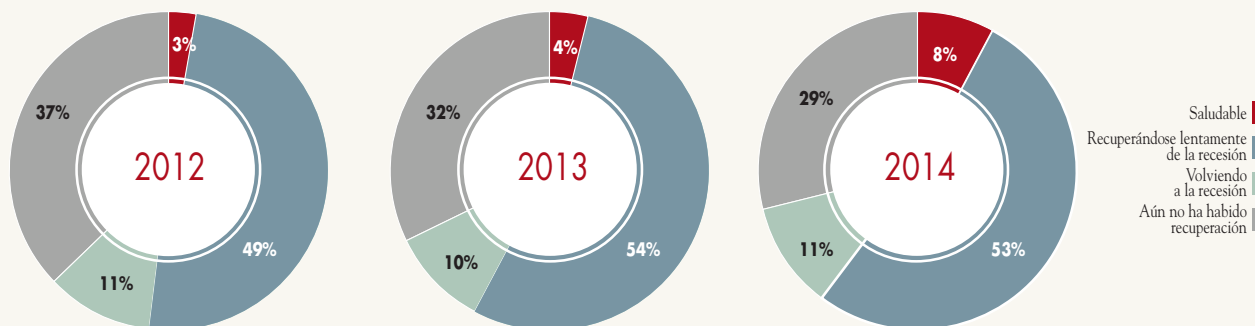


GRÁFICO 3

Probablemente el gasto aumentará en todas las categorías relacionadas con las fiestas navideñas

FUENTE: ENCUESTA NAVIDEÑA DELOITTE 1014, GRÁFICO: DUPRESS.COM

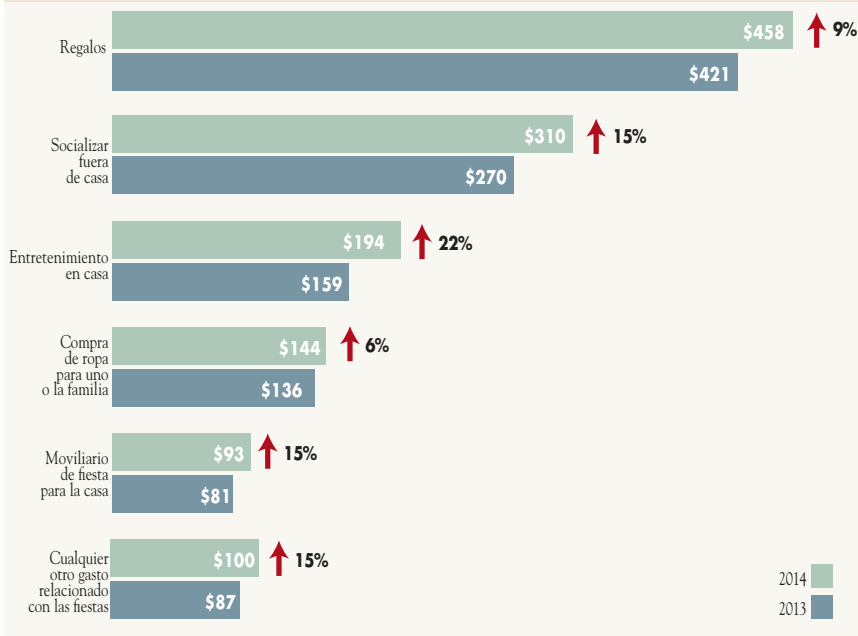
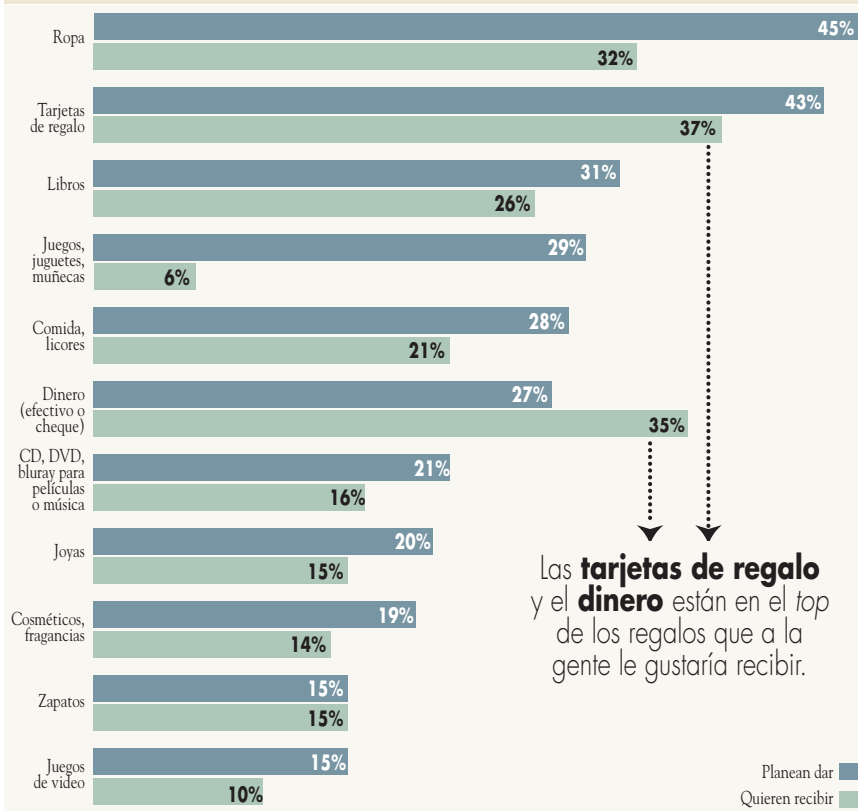


GRÁFICO 4

Los principales artículos que los consumidores planean dar y quieren recibir

FUENTE: ENCUESTA NAVIDEÑA DELOITTE 1014, GRÁFICO: DUPRESS.COM.
 RESPUESTAS BAJO 15% NO SE MUESTRAN EN LOS ARTÍCULOS QUE SE PLANEAN DAR.
 RESPUESTAS BAJO 10% NO SE MUESTRAN EN LOS ARTÍCULOS QUE SE QUIEREN RECIBIR.



LA MAYORÍA CREE QUE LA ECONOMÍA SE ESTÁ "RECUPERANDO LENTAMENTE"

En concordancia con la encuesta de 2013, Deloitte revela que este año un poco más de la mitad de los encuestados (53%) cree que la economía de EEUU se recupera lentamente de la recesión (Gráfico 2). "Es alentador observar que los consumidores que creen que la situación económica es saludable se duplicó en comparación al año pasado", refiere el análisis.

SOLO 42% DE LOS CLIENTES CONSULTADOS SE ADHERIRÁ A SU PRESUPUESTO ESTA NAVIDAD

Solo 39% de hombres y 45% de mujeres entrevistados dijeron que se ajustarán a un presupuesto específico (o a un rango específico de presupuesto) para las compras navideñas de este año. El hecho de que algunos consumidores compren sin ajustarse a un presupuesto representará buenas noticias para las empresas de *retail*. Para ellos el desafío y la oportunidad es proporcionar tanto los productos normales que los clientes demandan, como productos complementarios y también opciones *Premium*.

Los consumidores esperan aumentar su gasto este año en 13% (\$ 1.299 millones frente a \$ 1.154 en 2013) en todas las categorías. Los artículos para regalar seguirán encabezando la lista de gastos, mientras que el consumo en entretenimiento casero aumentará en 22% —más que en cualquier otra categoría—; también aumentará el gasto en muebles y en socialización fuera de casa (Gráfico 3).

Aunque estas categorías no son tan significativas como los regalos en términos de dólares, este aumento previsto en el gasto es un cambio notable, ya que hace algunos años los consumidores consideraban a estas mismas categorías como "agradables de tener pero no necesarias". La tendencia ascendente en estas categorías es quizá un indicador de que la gente se puede estar sintiendo mejor sobre la economía y su situación personal.

LA GENTE PLANEA DAR ROPA Y TARJETAS DE REGALO, PERO PREFERE RECIBIR TARJETAS DE REGALO Y DINERO EN EFECTIVO

En esta temporada de fiestas, las tarjetas de regalo y la ropa seguirán siendo los artículos más regalados (Gráfico 4). Sin embargo, el estudio sugiere que existe un desfase entre lo que se regala y lo que la gente desearía recibir. Aunque las tarjetas de regalo siguen siendo populares, son menos populares que en 2007. Este año 43% de los encuestados dijo que su intención es dar tarjetas de regalo o certificados, mientras que en 2007 esa cifra fue de 69%. La cantidad promedio que los encuestados planean gastar en total en las tarjetas de regalo es de \$ 159.

COMPRAS DE NAVIDAD: ¿CÓMO?, ¿QUÉ?, ¿DÓNDE? Y ¿CUÁNDO?

LOS CONSUMIDORES PREFIEREN COMPRAR EN LA TIENDA, PERO QUIEREN COMODIDAD Y PERSONAL DE VENTAS CONOCEDOR

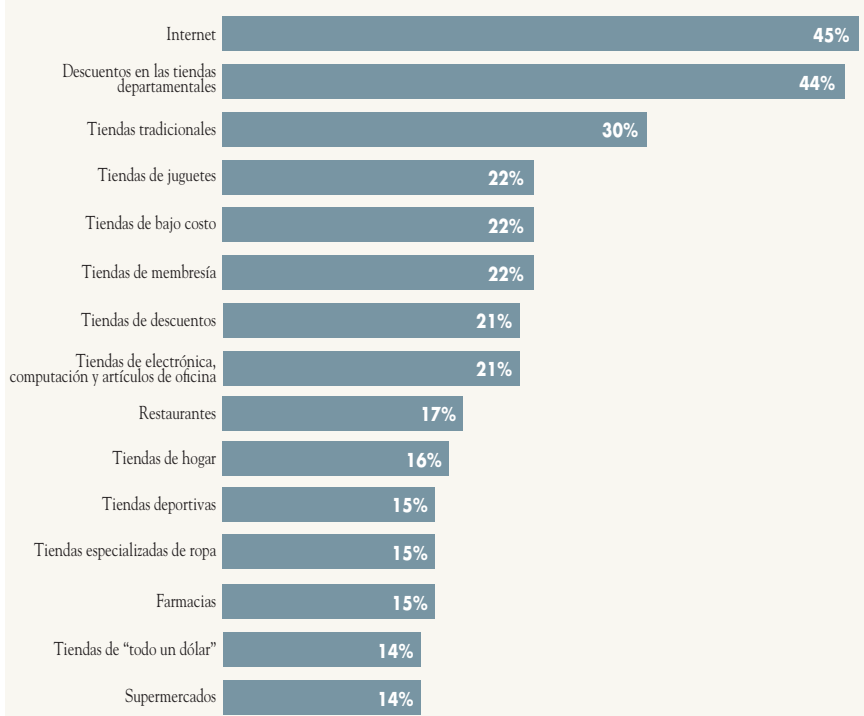
Los almacenes de descuento e Internet siguen siendo los mejores lugares para los consumidores para comprar en Navidad. Internet destronó a los almacenes de descuento por primera vez el año pasado y continúa defendiendo su posición. Sin embargo, aunque muchos estadounidenses planean comprar en línea, los resultados de la encuesta sugieren que 52% de los consumidores irá a las tiendas (entre departamentales y juguetes) y solo 40% comprará en Internet (Gráfico 5). Además, los clientes tienen previsto ir de compras a un promedio de 4,6 lugares en esta temporada de fiestas, lo que demuestra que Internet, aunque importante, es solo uno de los muchos canales a través de los cuales llegar a los consumidores.

Aunque 45% de los consumidores encuestados dijo que planea comprar por Internet en la temporada de Navidad, esto no significa necesariamente

GRÁFICO 5

Las principales formas de comprar

FUENTE: ENCUESTA NAVIDEÑA DELOITTE 1014, GRÁFICO: DUPRESS.COM



que prefieran esta experiencia a la de comprar en tiendas. De hecho, cuando se dieron a los consumidores 17 categorías y se les preguntó si preferían la experiencia de compra en la tienda o en línea, la compra en la tienda ganó en todas las categorías. Supermercados, restaurantes, farmacias y tiendas de mejoras para el hogar fueron las sedes por las que la mayor proporción de los encuestados indicó una preferencia.

TECNOLOGÍA: INFLUENCIA DIGITAL Y REDES SOCIALES

CONOCEDORES TECNOLÓGICOS Y CAZADORES DE GANGAS

Los dispositivos móviles y las redes sociales ganan importancia entre los compradores durante las fiestas navideñas, por lo que las tiendas y las empresas de *retail* deberían considerar formas de utilizar la tecnología para atraer a

clientes y mejorar las ventas. Según la encuesta de Deloitte, los compradores seguirán en busca de descuentos este año. En concreto, dos terceras partes de los consumidores planean comprar artículos "en oferta" y 47% planea usar cupones de la tienda.

Cabe destacar que los consumidores planean aumentar su uso de la tecnología como parte de su cacería de ofertas, así como de su proceso de compras navideñas. Las empresas y "los minoristas deben ver esta mayor utilización de la tecnología como una oportunidad", destaca el estudio que encontró que 50% de las ventas en las tiendas minoristas se verá influenciado por las interacciones digitales esta temporada navideña.

LOS CLIENTES SE VOLCARÁN A LAS REDES SOCIALES EN BUSQUEDA DE IDEAS DE REGALO, OFERTAS Y COMENTARIOS

El estudio revela que 72% de los encuestados utiliza sitios de redes sociales

GRÁFICO 6

Razones para usar redes sociales durante las compras navideñas

FUENTE: ENCUESTA NAVIDEÑA DELOITTE 1014, GRÁFICO: DUPRESS.COM

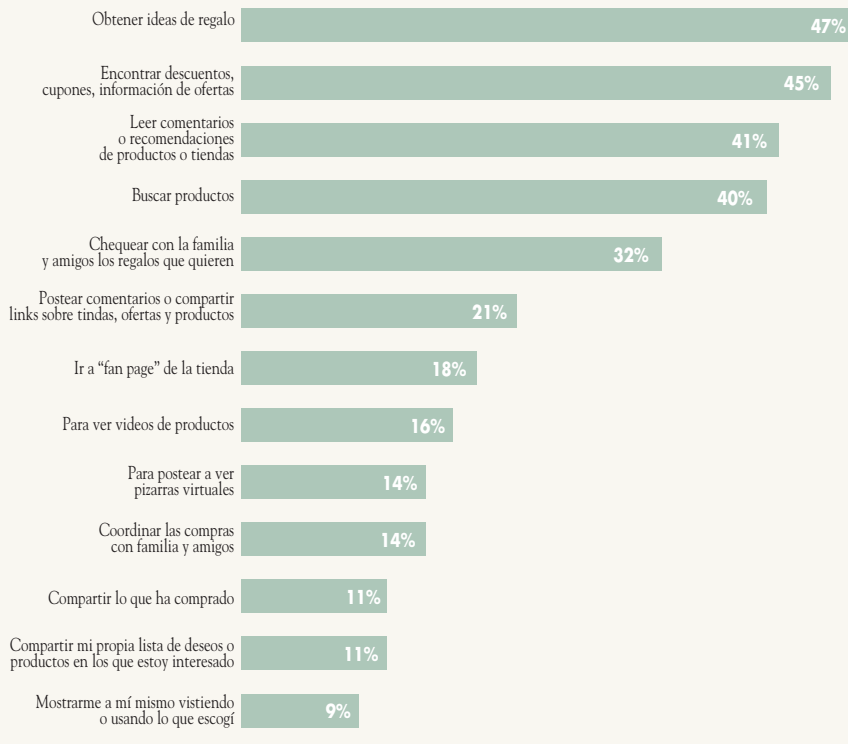
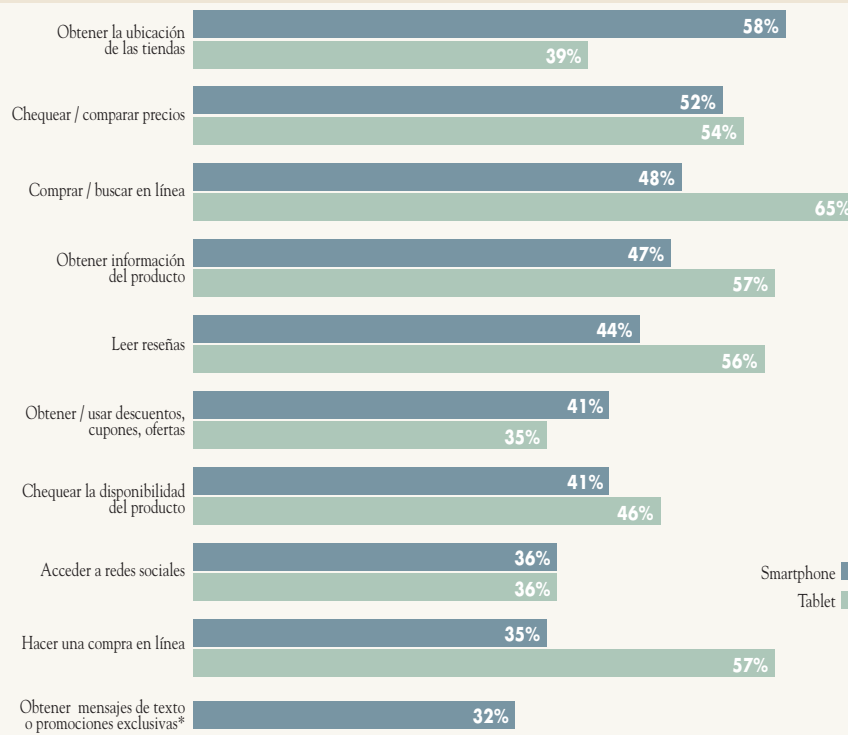


GRÁFICO 7

Uso que se dará a los dispositivos móviles en Navidad

FUENTE: ENCUESTA NAVIDEÑA DELOITTE 1014, GRÁFICO: DUPRESS.COM
*NO SE LES PREGUNTÓ A LOS DUEÑOS DE TABLETAS.



(por ejemplo, blogs, grupos de discusión o redes sociales). Entre los encuestados, 45% planea utilizar estos sitios durante su proceso de compras de Navidad de varias formas (Gráfico 6).

LOS CONSUMIDORES UTILIZAN SMARTPHONES PARA ENCONTRAR DIRECCIONES, TABLETAS PARA COMPRAR EN LÍNEA Y AMBOS PARA CHEQUEAR PRECIOS

Dos tercios (67%) de los encuestados poseen un *smartphone* (en 2012 el porcentaje fue 50%). Además, la mitad de los encuestados indicó que posee una tableta (frente a 38% en 2013). 72% de propietarios de *smartphones* y 69% de propietarios de la tableta planean usar sus *gadgets* para ayudarse con las compras navideñas. La forma más común en que los consumidores utilizan sus *smartphones* para las compras navideñas es para obtener ubicaciones y direcciones (Gráfico 7). Los propietarios de tabletas usarán estos dispositivos principalmente para compras *online*. De aquellos que planean utilizar sus dispositivos para compras navideñas, casi la mitad piensa usarlos para comparar precios.

LOS LATINOS GASTAN CON MÁS CAUTELA

En 2013 Deloitte presentó resultados interesantes sobre los hábitos de consumo de los latinoamericanos en Navidad. La conclusión fue que la temporada de festividades navideñas trae consigo una población de consumidores optimistas que desean aumentar el gasto pero que, antes de hacerlo, quieren investigar más en busca de precios más favorables. "Independientemente de los aspectos políticos o enfoques económicos imperantes en cada país de la región, los consumi-

dores latinoamericanos manifiestan una misma intención de consumo durante la época navideña”, señala el estudio. A diferencia de los estadounidenses, los consumidores latinoamericanos aún sienten preferencia por la compra directa en tiendas y la lista de sus deseos está encabezada por la ropa.

Al preguntarles los motivos por los cuales algunos gastarían menos esa Navidad, la respuesta prevalente destacó la importancia que los encuestados latinoamericanos dan a la sensatez con que deben afrontar sus niveles de gasto y endeudamiento.

PERSPECTIVAS DE GASTO

Para la Navidad de 2013, 67% de los consumidores latinoamericanos aspiraba gastar más o lo mismo que el año previo. En promedio, los consumidores dijeron que comprarían 7,8 regalos, cuyo gasto total ascendería a aproximadamente \$ 307,35, un alza de 13% respecto del año anterior. Asimismo, 45% de los consumidores latinoamericanos utilizaría sus primas navideñas en las compras de Navidad y 33% esperaba cancelar las deudas contraídas.

En ese mismo sentido, más de la mitad de los consumidores consideraba que la condición de sus respectivas familias era mejor que la de 2012 y 82% de los encuestados sentía tranquilidad respecto de su estabilidad laboral.

PERFIL DE COMPRAS NAVIDEÑAS

Los artículos de vestuario estaban en la lista de los más adquiridos (54%) y deseados (49%) por los consumidores, seguidos por los dispositivos electrónicos portátiles (39%). Para los latinoamericanos el regalo más costoso de esas navidades tuvo como destinatario(a) a su cónyuge. Las tiendas de departamento (61%) y centros comerciales (50%) fueron los principales canales de compra de regalos en esa Navidad.

LOS NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS LATINOAMERICANOS

FUENTE: ENCUESTA DE HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS LATINOAMERICANOS EN NAVIDAD, DELOITTE, 2013.



Las actividades de compras navideñas se llevaron a cabo a comienzos del mes de diciembre, según lo proyectado por 46% de los consultados. Para 78% de los encuestados el método de pago más utilizado para sus compras navideñas sería el efectivo, seguido por las tarjetas de crédito.

COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

En términos generales, los latinoamericanos presentan un mismo comportamiento de compras. Internet es utilizado por 38% de los encuestados, reflejando un sustancial crecimiento de 46% en comparación con 2012. Los consumidores siguen gastando tiem-

po considerable en las investigaciones previas a la compra efectiva, en lo que coinciden con los consumidores de EEUU. Los usuarios no muestran lealtad a una tienda o sitio virtual, únicamente a la marca del producto que están buscando. Cabe destacar el hecho que los medios sociales estaban siendo utilizados con mayor frecuencia e intensidad que el año previo.

En Brasil, por ejemplo, el creciente uso de los medios sociales como parte del proceso de compras se atribuye primordialmente a la clase media (40%). Esto se debe esencialmente a que los consumidores pueden ahora exigir con mayor facilidad sus derechos en este tipo de procesos. Al compararse con otras clases sociales, la clase media es la que presenta la más grande red de relaciones sociales, y la que más desea compartir sus hábitos y costumbres.

ASÍ ES EL ECUADOR NAVIDEÑO

En Navidad los hogares ecuatorianos ponen entre sus prioridades qué comer a la hora del festejo. La Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales 2013 del INEC reveló que en 2012 se gastaron \$ 95.979 en compra de pavos. Asimismo, otro estudio mostró que en el mismo año se comercializaron 113.732 cerdos de menos de dos meses de edad. Según datos de la Corporación de Avicultores del Ecuador (Conave), diciembre absorbe 70% de la demanda de pavos anual y se estima que el consumo de esta ave por persona es de 0,7 kg al año. La disponibilidad de esta carne en el Ecuador pasó de 5.000 toneladas en 2006 a 10.000 en 2013. Eso para tener una idea de lo que comen los ecuatorianos en las fiestas, ya que el tema de regalos es diferente.

De acuerdo a un sondeo realizado por esta revista, el ecuatoriano promedio prefiere que le obsequien tecnología, ropa, zapatos, cosméticos o tarjetas de regalo para elegir la mejor opción. También se mencionaron libros, bisutería y objetos relacionados con el *hobby* personal de cada uno. A continuación, y con la ayuda de algunas empresas, presentamos las tendencias navideñas 2014 en varios de estos artículos.

LOS CROPS Y FALDAS MARCAN TENDENCIA.

EN ROPA...

Almacenes De Prati contó a GESTIÓN sobre los artículos claves que dominarán la temporada navideña. Entre ellos están los *crops* (blusas cortas o *tops*) de todo tipo, en colores llanos, estampados y con diferentes texturas, combinados con faldas para crear un *look* completo. Los vestidos tipo coctel

también son la tendencia, y se presentan en una amplia variedad de colores y telas, desde las más elegantes hasta los estampados casuales. Las faldas serán un *must* ("debe tener") en diferentes estampados y texturas. Hay diferentes siluetas, en A para un *look* más romántico y la clásica falda lápiz que dará un toque más sofisticado. Los pantalones también tendrán gran protagonismo en sus diversos estilos: tiro alto o semicintura, sueltos, ligeros, llanos y estampados. En hombres, los accesorios para vestir son los favoritos, entre ellos, relojes, billeteras, corbatas y pañuelos. En mujeres predominan los vestidos, blusas y *looks* para la noche, acorde con la temporada.

EN COMIDA...

Pronaca explica que, de acuerdo a la demanda de esta época del año, el producto estrella es el pavo, con su marca Mr. Pavo, en todas sus presentaciones, y con más fuerza en 2014 ya que, según las necesidades de los clientes, actualmente se ofrece el pavo listo para hornear. Asimismo, la empresa cuenta que la gente mantiene su deseo por productos como las piernas de chanco con o sin grasa, aunque de a poco se ha roto el esquema de la sazón de casa, es decir, hoy las familias buscan mayor facilidad.

Sobre los artículos para regalar, Pronaca explica que la demanda en esta época del año se divide en dos segmentos:

1. Quienes buscan producto



para obsequiar a sus colaboradores y trabajan con el portafolio navideño de la empresa. Este incluye pavo, pollo hornero, pierna de chanco y línea de embutidos, entre los que resaltan el jamón y la chuleta navideña. Además, están los nuevos productos de canastillas, con marcas como Gustadina (mermeladas, salsa de tomate, mayonesa, arroz, mostaza, duraznos enlatados, entre otros) y fundas navideñas en alianza con La Universal.

2. En el caso de las empresas que compran productos para su fuerza de ventas, la preferencia es el pavo. Pronaca destaca que los consumidores siempre han preferido el pavo, aunque los últimos dos años la demanda de pierna de chanco ha sido considerable.

EN TECNOLOGÍA...

Para esta Navidad se prevé que los televisores sean las estrellas, pues desde noviembre existen clientes esperando por estos productos. Samsung cuenta que los preferidos como regalo son los teléfonos celulares y las tabletas, como el Galaxy Note 4 y la Galaxy Tab S de su marca, además de los accesorios correspondientes. **Francisco Rivas,**



director de Marketing Corporativo de Samsung Electronics Ecuador, señala que “todos los años la tendencia de los regalos cambia, al mismo tiempo que la tecnología” y relata el impacto de las tabletas en el mercado tecnológico: “Ha sido espectacular, sobre todo en los jóvenes y niños, ya que la Samsung Galaxy TAB se convierte rápidamente de un equipo diseñado para entretenimiento en una herramienta a la hora de estudiar”.

EN ELECTRODOMÉSTICOS...

En el caso de los electrodomésticos, **Pablo Zambrano**, gerente comercial de Icesa (Almacenes Japón), sostiene que los televisores LED de más de 50” (Smart y 3D), así como los celulares de última generación y las consolas de PlayStation se llevarán la atención del consumidor en esta Navidad. Zambrano añade que, dependiendo de las edades y del género, las personas buscan mejorar su estatus de vida y, por lo tanto, mejorar sus electrodomésticos. Por ejemplo, buscan aumentar el tamaño de sus televisores. En el portafolio de este año, también están las nuevas cocinas de inducción, refrigeradoras de gran tamaño y, para los chicos, los últimos juegos FIFA 15 o PES 2015. “El cambio en la tecnología de varios productos ha diversificado el consumo de electrodomésticos. Hoy se prefieren los televisores de pantalla plana LED o plasma; en cocinas, las nuevas de inducción; en aires acondicionados, que sean *Split*, con tecnología *inverter*, lo que mejora el consumo de la energía eléctrica. Respecto a los celulares, cada vez tienen mejores procesadores, grandes pantallas y nuevas aplicaciones que hacen indispensable a este producto en la vida diaria para estar en contacto con el mundo a través de Internet”, comenta el ejecutivo.



EN COSMÉTICOS...

Para **Julio Vivanco**, director de Marketing de Yanbal, el tema es que los hombres están acostumbrados a ser regalados antes que regalar cosméticos, mientras que las mujeres tienen tendencia a comprarse regalos para ellas mismas. Vivanco explica que los hombres toman las decisiones mucho más rápido y no se fijan mucho en el precio, es decir, el hombre “es mucho más práctico y lo que le gusta, lo paga”. Sin embargo, señala que, aunque dar un regalo cosmético a un hombre aún es un poco complicado, las fragancias siguen siendo el regalo preferido para este género.

LOS TELEVISORES DE MÁS DE 50” ESTAN ENTRE LOS ARTÍCULOS MÁS DESEADOS.



Para esta Navidad, Yanbal promociona una fragancia nueva llamada Aroma absoluto, dedicada al hombre moderno, maderosa, suave y con toques de limón. Entre otras fragancias, está Osadía, tanto para hombre como para mujer. Los regalos para mujeres están más relacionados con la bisutería y el maquillaje. “En esta época del año, la gente está dispuesta a gastar más y hay regalos más *Premium*, entonces se compran joyas más elaboradas, la bisutería de mayor valor y colecciones completas

de maquillaje porque el regalo en esta época tiene que ser más importante”. De acuerdo a estadísticas de Yanbal, una persona está dispuesta a gastar entre \$ 50 y \$ 100 en un regalo, dependiendo de a quién se lo va a dar. En el catálogo de estos cosméticos, existen regalos desde \$ 8 hasta uno exclusivo de \$ 150. “Ahora hay más mujeres ejecutivas y la mujer ejecutiva está todo el tiempo arreglada, porque así se lo exige su trabajo, entonces hay un cambio en los paradigmas, y los hombres cada vez nos cuidamos más”, añade Vivanco al resaltar que el reto es lograr que la gente tenga una cultura de cuidarse. “Entregar un regalo, que te va a levantar la autoestima, es un regalo de largo aliento. Hay que regalar belleza. El mundo tiene que ser más lindo y nosotros estamos aportando para eso”. **G**



LOS JUGUETES DEL MOMENTO

PARA CHICOS

En un ranking de los juguetes del momento, producido por Amazon.com, la princesa de Disney Frozen se lleva todos los honores. Le siguen los legos de Star Wars y de princesas, además de otras variaciones de legos, muñecas tipo hada maridrina, juguetes de acción y pistas de autos. Estos son algunos juguetes del momento.

Princesa de Disney Frozen

- Princesa Elsa Purpurina de Frozen viene con un vestido azul claro con destellos y abrigo blanco.
- Edad mínima recomendada: 3 años
- Dimensiones del producto: 14 x 5,7 x 32,4 cm

Lego Star Wars

- Incluye una minifigura de Obi-Wan Kenobi y una figura del general Grievous con diferentes armas
- Edad mínima recomendada: 7 años
- Dimensiones del producto: 26,2 x 19,1 x 4,6 cm

Lego Princesas-La torre creativa de Rapunzel

- Incluye 2 minifuñecos: Rapunzel y Flynn Rider. Incluye también a Pascal, el camaleón.
- Edad mínima recomendada: 6 años
- Dimensiones del producto: 28,2 x 26,2 x 7,6 cm

Pista de autos Circuito Scalextric

- Circuito Scalextric Compact con autos escala 1:43: incluye puente y cuenta-vueltas. Recorrido de cinco metros con posibilidad de hacer cuatro trazados diferentes.



- Edad mínima recomendada: 5 años
- Dimensiones del producto: 56 x 46,8 x 7,4 cm

PARA GRANDES

iPhone 6 de 4,7 pulgadas

En la tienda Apple internacional, el iPhone 6 libre, de 16 GB, tiene un valor de \$ 649 y puede llegar a costar \$ 849 cuando su almacenamiento es de 128 GB.

iPhone 6 Plus de 5,5 pulgadas

El de menor valor liberado es el de 16 GB, con un costo de \$ 749 hasta llegar al de 128 GB a \$ 949. Todo esto en la tienda Apple online.

PlayStation 4

La consola PlayStation 4 se encuentra en el mercado nacional entre \$ 650 y \$ 750, según búsquedas realizadas en el portal www.mercadolibre.com.ec. Tiene un almacenamiento de 500 GB, amplio disco duro que permite guardar varios juegos y muchas aplicaciones, títulos independientes, secuencias de juegos grabados y más. **G**

**ESTOS REGALOS
LOS PUEDE
ENCONTRAR DESDE
\$ 20 EN ADELANTE
EN AMAZON
Y OTROS SITIOS DE
INTERNET.**