

La mitad de los consumidores solo compra marcas en las que confía

COMERCIO. COMPRADORES POSCOVID A NIVEL MUNDIAL SE CARACTERIZARÁN POR EL USO MASIVO DE LO DIGITAL, LA BÚSQUEDA DE NUEVAS EXPERIENCIAS, POR TENER CULTURA DEL AHORRO Y ADQUIRIR LO NECESARIO



Mauricio Rodríguez

Profesor de liderazgo de la Universidad Externado de Colombia

“El cuidado del medio ambiente, la compra de productos locales y la adquisición de libros de autoayuda están empezando a estar presentes dentro de las preferencias de los consumidores”.



Marcos Pueyrredon

Presidente del eCommerce Institute

“Nos encontraremos con un nuevo consumidor, con hábitos y rituales de consumo que impactarán en toda la cadena, generando una gran oportunidad y, a su vez, grandes desafíos”.

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LAS TENDENCIAS MUNDIALES

CONSUMIDORES CONECTADOS

- Siempre encendido es la nueva normalidad
- Participación masiva en tecnología
- Velocidad, comodidad, acceso instantáneo

LAS CINCO TENDENCIAS TECNOLÓGICAS QUE REDEFINIRÁN AL COMERCIO EN 2020

- 1 El comercio pasivo recibe impulso
- 2 La difusión de privacidad se extiende
- 3 Mantenerse fiel a uno mismo
- 4 La carrera de la última milla se intensifica
- 5 5G estará en el centro de atención



• MÁS EXPERIENCIA

- Experiencia interactiva que conduce a una fuerte conexión emocional
- Centrarse en la eficacia y beneficios
- Explotando el poder de la tecnología inmersiva

• VIDA SALUDABLE

- La salud como estilo de vida
- Ser propietario y conceptualizar la atención preventiva sobre el tratamiento reaccionario

Fuente: Euromonitor / Gráfico: LR-AL

ALGUNAS REFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

- **67%** dice que las recomendaciones de amigos y familiares son muy influyentes
- **51%** dice que solo compran a compañías y marcas en las que confían completamente
- **41%** dicen que pagarían una prima por los electrodomésticos inteligentes
- **38%** dice que comparte sus datos para recibir ofertas específicas

El recorte en los gastos, la tendencia destacada entre las personas

La ‘nueva normalidad’ a la que se están enfrentando la mayoría de países en el mundo está generando que las empresas construyan caminos para reinventarse basados en que, por ejemplo, 27% de los consumidores está recortando gastos, 78% de ellos ha disminuido sus compras y 64% adquiere únicamente lo indispensable. “Alrededor de 33% de los consumidores reevaluará las cosas que más valora y 25% pondrá más atención a lo que consume y el impacto que esto tiene en el planeta”, según el índice EY del futuro del consumidor.

BOGOTÁ
El nivel de contagio del virus en los diferentes mercados, los aislamientos obligatorios y la crisis económica se han convertido en los ingredientes que están potencializando el impacto del covid-19 en las megatendencias de consumo mundial. Según un análisis de *Euromonitor*, “el hogar y la digitalización se han vuelto el centro de los consumidores y la incertidumbre económica está llevando a los compradores a ser más cautelosos y selectivos en el gasto”.

A este nuevo panorama en el que lo digital está ganando protagonismo, se le suma que la mitad de los consumidores de este canal solo compran marcas en las que confían y que 58% de los usuarios de todo el mundo dice que gestiona activamente la configuración de privacidad, según un estudio de la firma en el que también resaltó que entre las preferencias que definirán el comercio electrónico este año están la tecnología 5G y el uso de los aparatos inteligentes.

Sobre las nuevas inclinaciones de los consumidores, **Mauricio Rodríguez**, profesor de liderazgo de la *Universidad Externado de Colombia*, explicó que las compras online continuarán vigentes una vez termine la pandemia, debido a que las personas aprendieron a comprar en web y las empresas aprendieron a vender en línea. Una muestra de esto es el auge

de los domicilios, la educación virtual y las compras digitales.

En línea con los comportamientos de los consumidores poscovid, **Alison Angus**, directora de la investigación de estilos de vida en *Euromonitor* y **Michelle Evans**, supervisora de la investigación digital de la compañía británica, destacaron que los consumidores que emergen del aislamiento están reevaluando sus valores; premiando a las marcas con un nuevo propósito; y procuran tener un mejor estilo de vida con el fin de conservar su salud y bienestar.

La inclinación de los consumidores por lo digital y por ad-

quirir nuevas experiencias ya se empezó a reflejar en los resultados de apuestas como *Disney Plus*, que en abril registró alrededor de 50 millones de usuarios. Esta plataforma ha tenido un auge importante en la cuarentena, mientras que los parques temáticos de *Disney* se enfrentan a la crisis.

Otra de las apuestas tuvo origen en las Islas Feroe, donde se les permite a los posibles viajeros explorar el territorio dirigiendo los pasos de los lugares con una cámara Go-Pro. Esta zona del mundo se reinventó ya que no hay turistas, citó *Euromonitor* en el texto.

Esto responde a que los consumidores viajarán menos, ahorrarán más y tendrán una mayor conciencia sobre lo frágil que es el planeta, por lo que habrá un mayor auge del veganismo y otras tendencias que tengan como objetivo el cuidado del ambiente, dijo **Rodríguez**.

Otra de las características que marcará al mundo una vez termine la pandemia es la cultura del ahorro, en medio de la lucha de la clase media por mantenerse en su posición a pesar de la crisis mundial, concluyó *Euromonitor*.

PAOLA ANDREA VARGAS RUBIO
pvargas@larepublica.com.co

41%

DE LOS CONSUMIDORES A NIVEL MUNDIAL PAGARÍA UNA PRIMA POR LOS ELECTRODOMÉSTICOS INTELIGENTES.

67%

DE LOS COMPRADORES DICE QUE LAS RECOMENDACIONES DE AMIGOS Y FAMILIARES SON MUY INFLUYENTES.

Síganos en

www.larepublica.co
Con una entrevista a Andrés Vasquez, CEO de Nequi.



SALUD. ESTADOS UNIDOS REGISTRA 25% DE LAS MUERTES DE COVID-19 DEL TOTAL A NIVEL MUNDIAL

Colombia tiene una de las letalidades más bajas

BOGOTÁ
El total de número de muertes por el covid-19 continúa aumentando con el paso de los días al punto que los decesos ya están próximos a superar la barrera de los 400.000 con Estados Unidos (106.696), Reino Unido (39.811), Italia (33.601), Brasil (31.199) y Francia (28.943) a la cabeza de la lista de naciones con más defunciones.

Estos datos han llevado a que la discusión de algunos expertos se centre en que tan alta es la letalidad que tiene el virus en los diferentes territorios. De acuerdo con datos compartidos por el presidente de Colombia, **Iván Duque**, la tasa de mortali-

dad en el territorio nacional es de 3%, mientras que este dato en otros países como Brasil y Estados Unidos se ubica en 6%, en España está en 9% y en Reino Unido e Italia en 14%.

A pesar de que los países europeos cuentan con mayor probabilidad de que un mayor número de pacientes infectados muera, *Financial Times* detalló que “el recuento promedio de muertes relacionadas con el coronavirus en Europa superó a Asia a principios de marzo (...). Desde mediados de abril, el enfoque se ha desplazado a Estados Unidos, donde el número de muertes se ha mantenido consistentemente alto con el paso

de los días, representando 25% de las muertes globales”.

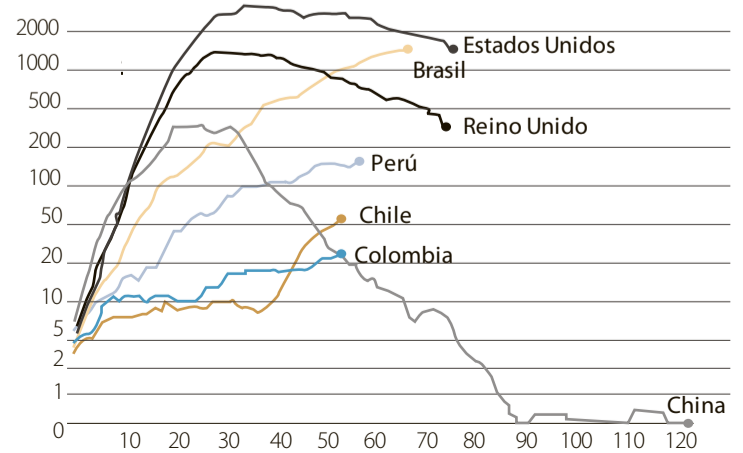
A su vez, el diario británico detalló que recientemente, América Latina y el Caribe han registrado un aumento de su participación en el total de decesos, pues cuatro de cada 10 nuevas muertes tienen origen en alguno de estos territorios, impulsada por un aumento de víctimas fatales de covid-19 en Brasil, donde las políticas de contención han sido débiles.

Esta noticia llegó en un momento en el que la OMS dijo que la región está registrando un aumento acelerado del brote.

PAOLA ANDREA VARGAS RUBIO
pvargas@larepublica.com.co

PROMEDIO VARIABLE DE SIETE DÍAS DE NUEVAS MUERTES

Por número de días desde que se registraron tres muertes



Fuente: Financial Times

Gráfico: LR-JF