

¿Qué transformación tuvieron los hábitos de consumo en el mundo?

Con la llegada de la pandemia del covid-19, se modificaron muchas de las prácticas a las que estábamos acostumbrados, una de ellas es cómo consumimos.

Por Érika Gómez López, editora del **INCP**



La firma PwC publicó el informe Global Consumer Insights Survey 2020, desarrollado a partir de dos encuestas realizadas a cerca de 23.000 consumidores urbanos de todo el mundo, antes y después del inicio de la pandemia.

La primera encuesta se efectuó a 19.098 consumidores de 27 países y la segunda, a 4447 consumidores de siete países.

Entre las principales conclusiones se cuentan que incrementó enormemente el uso del teléfono móvil y de los computadores como canales de compra por la imposibilidad de salir, también que decayó el consumo de ropa, calzado y restauración, mientras que aumentó la preocupación y la adquisición de productos sostenibles y servicios relacionados con la salud.

A continuación, algunos de los datos más dicentes de las modificaciones efectuadas en los hábitos de consumo de las personas:



de los consumidores encuestados afirmó haber reducido sus compras en comercios físicos.

Incrementó el uso de aplicaciones y herramientas de conectividad. 59 % afirmó que aumentó sobremanera el uso de videochats, redes sociales, etc., para trabajo y relaciones personales.

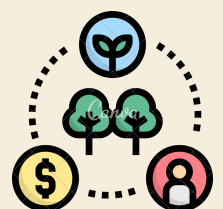


Desde el brote del covid-19, 63 % de los encuestados empezó a hacer sus mercados por medios virtuales.

De ellos, 86 % expresó que planea continuar con esta práctica, incluso cuando la crisis sanitaria concluya.

Otra tendencia en aumento es la preocupación por temas medioambientales y de sostenibilidad al comprar:

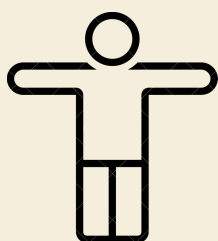
- 45 % de los entrevistados procura evitar el uso de plástico en sus compras.
- 43 % espera que las marcas sean responsables del impacto ambiental que tiene sus productos.



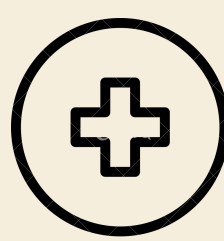
Por otra parte, la pandemia provocó que el autocuidado también tomará relevancia, siendo los siguientes los temas principales:



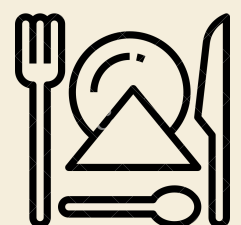
Salud mental y bienestar:
69 %



Salud física:
69 %



Necesidades médicas:
64 %



Alimentación:
63 %



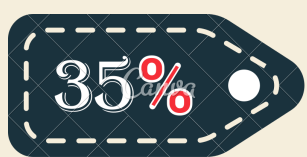
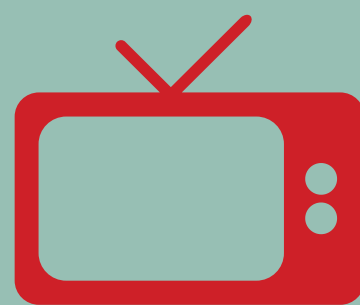
En Colombia:

Un estudio llevado a cabo por Kantar acerca de los efectos de la pandemia en la población concluyó que:

- ✦ 79 % de los hogares afirmó que sus ingresos disminuyeron con la llegada del covid al país.
- ✦ Las compras virtuales aumentaron notoriamente, 25 % de los hogares incrementó su adquisición de alimentos o comida preparada por aplicaciones como WhatsApp o por páginas web.
- ✦ Al hacer compras presenciales, la mayoría recurre a establecimientos como hiperbodegas y almacenes de cadena, seguidos por minimercados, domicilios y droguerías.

El consumo de la televisión también tuvo un aumento:

- Antes de la cuarentena, un colombiano podía ver 4.26 horas al día en promedio, ahora la cifra subió a 5.37 horas, lo que representa un incremento de 40 %.
- Los programas que más se consumen son las noticias o de canales específicos con contenido del covid-19.



de los consumidores espera que las marcas y la publicidad ayuden a enfrentarse a la crisis demostrando que se puede luchar en su contra.

18 % espera que desde los medios haya una postura práctica que ayude a facilitar la cotidianidad.

63 % espera que la publicidad sea optimista frente a la coyuntura.



En cuanto a estilo de vida:

- 90 % de los hogares encuestados se esfuerza por comer más sano.
- 41 % está consumiendo más *snacks* saludables a lo largo de su jornada.
- 61 % afirmó estar probando nuevas recetas que ven por Internet.



@revistacontarte



revistacontarte



@revistacontarte