

A large, stylized number '1' in a light pink color, followed by a small solid pink circle, serving as a decorative element for the title.

CONSUMO EN TIEMPOS DE COVID Y CÓMO NOS AFECTA EL MIEDO.

Éste no es otro estudio de mercado más con un montón de datos y gráficas y porcentajes complicados. Nuestro objetivo es ayudar a todas las empresas, grandes, pequeñas o unipersonales, con una historia de lucha detrás. ¿Por qué?

*Porque somos People,
somos #twot*

www.thewhyofthings.com



Contexto

Un 48% de españoles, según ABC⁽¹⁾, compraremos menos o sólo lo prioritario en Black Friday y Navidad.

Con este titular nos despertábamos el 17 de noviembre, hace no tanto, y ya auguraba una Navidad oscura. El 24 además se hicieron públicas las medidas sanitarias para estas fechas, unas medidas que limitan las reuniones familiares a 6 personas aproximadamente⁽²⁾ y que los besos y abrazos terminen a la 1.00 en muchos casos (o se alarguen hasta las 6.00, según se mire).

Con este panorama, nos preguntamos muchas cosas...

¿Nos tendremos que rifar quién va a casa en nochebuena y quién en nochevieja?

¿El vestido de Cristina Pedroche este año será un pijama? ¿Cuánto echaremos de menos al cuñado?

Mas allá del poquito humor que podamos ponerle a todo esto, y sabiendo que ya hay un sinfín de estudios que predicen cómo serán los hábitos de consumo esta Navidad, en People queríamos hacer una reflexión que ahonda en nuestra especialidad, **LAS PERSONAS**, para dejaros los insights a tener en cuenta para poder comenzar a reflexionar sobre vuestras estrategias de cara a esta campaña y, sobre todo, al próximo año.

Porque, por mucho que nos cueste asumirlo, todo ha cambiado.

¿Las conclusiones? Al final del estudio.

⁽¹⁾ https://www.abc.es/economia/abci-black-friday-y-navidad-2020-crisis-30-por-ciento-espanoles-solo-compraran-prioritario-202011051441_noticia.html

⁽²⁾ <https://elpais.com/sociedad/2020-11-24/el-plan-de-navidad-limita-las-cenas-a-seis-personas-con-toque-de-queda-a-la-una-de-la-madrugada-en-nochebuena-y-nochevieja.html>



CÓMO NOS ESTÁ AFECTANDO
LA PANDEMIA.

Empecemos por el Principio...

A la pregunta de “¿Cómo prefieres relacionarte con tus amigos y familiares en este momento de rebrotes, cierres perimetrales y pandemia?”

Identificamos 4 perfiles en función de las respuestas obtenidas:



HOGAREÑO

“Quedamos en casa”

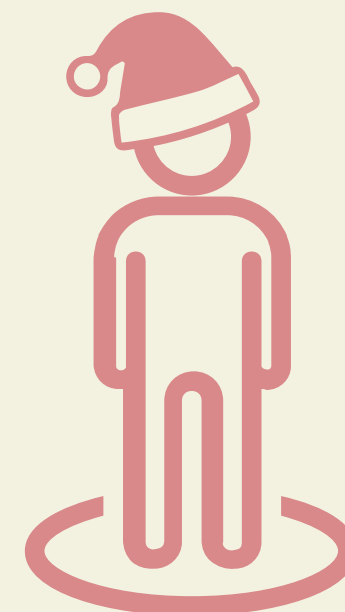
37%



DIGITAL

“Mejor por Zoom por favor”

24%



ERMITAÑO

“Si eso ya nos vemos”

22%



AMANTE DEL OCIO

“Me verás en lo bares”

17%

Más sobre estos 4 perfiles

HOGAREÑOS

35-54 años 46%

COMUNICACIÓN PERSONAL

70% Whatsapp | 12% Zoom

COMUNICACIÓN LABORAL

53% Teams | 28% Email

COMPORTAMIENTO

Aunque prefieren quedar en casas, al **65%** le gusta pasar tiempo libre con sus familiares y amigos.

El **35%** prefiere disfrutar del ocio en casa dedicarlo a temas relacionados con la Gastronomía, planes con niños o viendo series.

DIGITAL

+45 años 64%

COMUNICACIÓN PERSONAL

Whatsapp 75%

COMUNICACIÓN LABORAL

57% Teams | 37% Email

COMPORTAMIENTO

El **60%** prefiere pasar su tiempo libre y de ocio en casa viendo series o películas.

El **40%** disfruta de su ocio fuera de casa quedando con familia o amigos, yendo a centros de estética o peluquería y paseando.

ERMITAÑO

+54 años 44%

COMUNICACIÓN PERSONAL

Whatsapp 88%

COMUNICACIÓN LABORAL

52% Email | 36% Teams

COMPORTAMIENTO

Un **72%** prefiere pasar sus ratos de ocio en casa sacando su perfil más gastronómico o viendo series.

El **28%** disfruta de su tiempo libre fuera de casa, especialmente en temas relacionados con cultura.

AMANTE DEL OCIO

-18 años 21% | +54 años 47%

COMUNICACIÓN PERSONAL

Whatsapp 84%

COMUNICACIÓN LABORAL

53% Email | 21% Teams

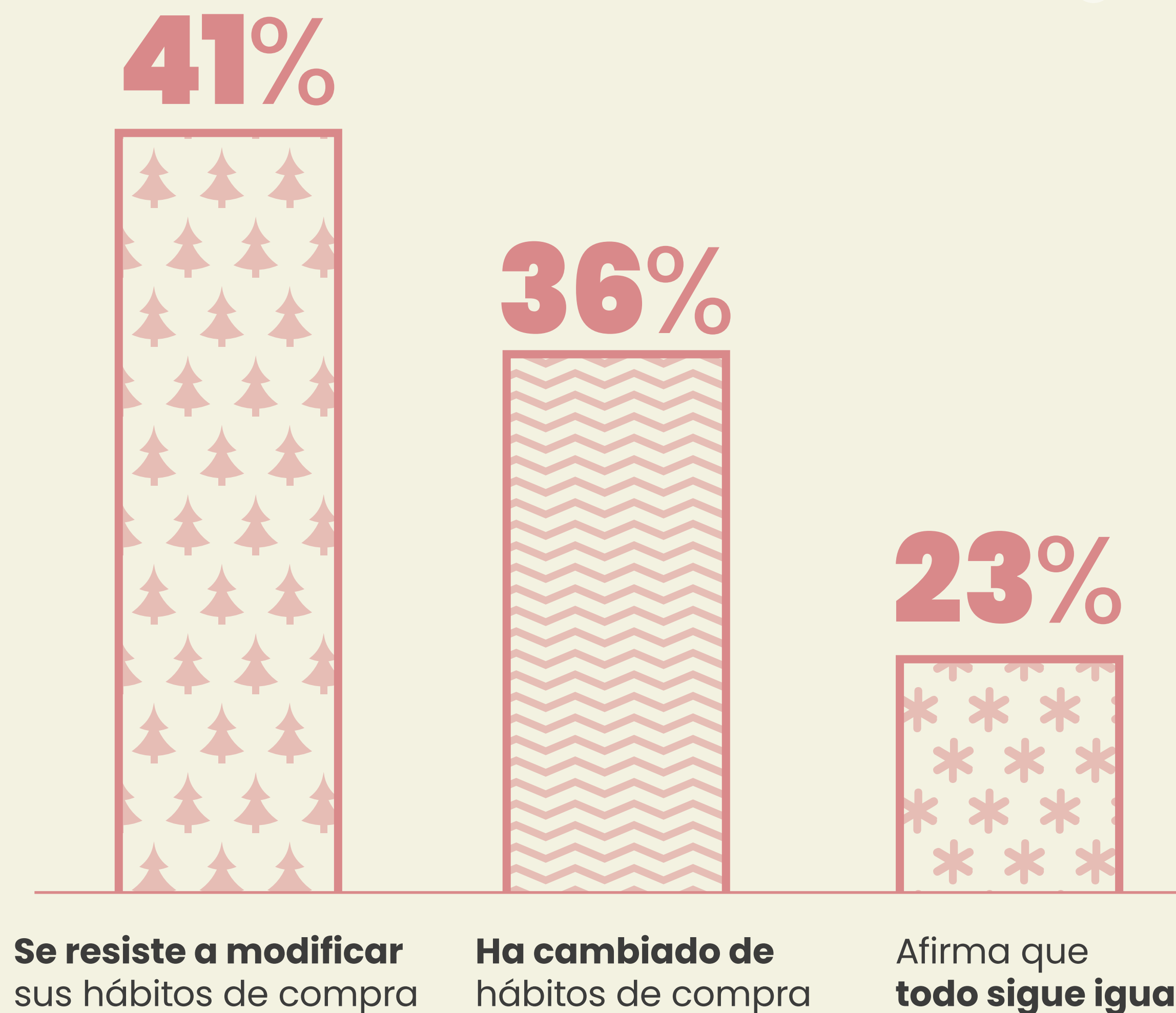
COMPORTAMIENTO

Aunque prefieran pasar el tiempo en bares, no tienen una clara inclinación por pasar el tiempo fuera o dentro de casa (**50/50**) pero sus alternativas de ocio se vinculan a actividades dentro de casa, ir a restaurantes y quedar con la familia.

De esto traducimos que aunque no podamos hacerlo tanto como nos gustaría, **preferimos vernos en persona**, pero hay que destacar que un **22% de nosotros prefiere no ver a familiares y amigos por temor** a contagiarse de COVID, y no ha seleccionado ni siquiera la opción digital.

¿Cómo ha afectado a nuestro consumo?

El 41% nos resistimos a aceptar que el Covid ha modificado nuestros hábitos de compra, pero asumimos que algunas cosas sí han cambiado, de hecho sólo el 23% afirma rotundamente que todo sigue igual. Pero ahora....



Y además...

46% Compra
más online

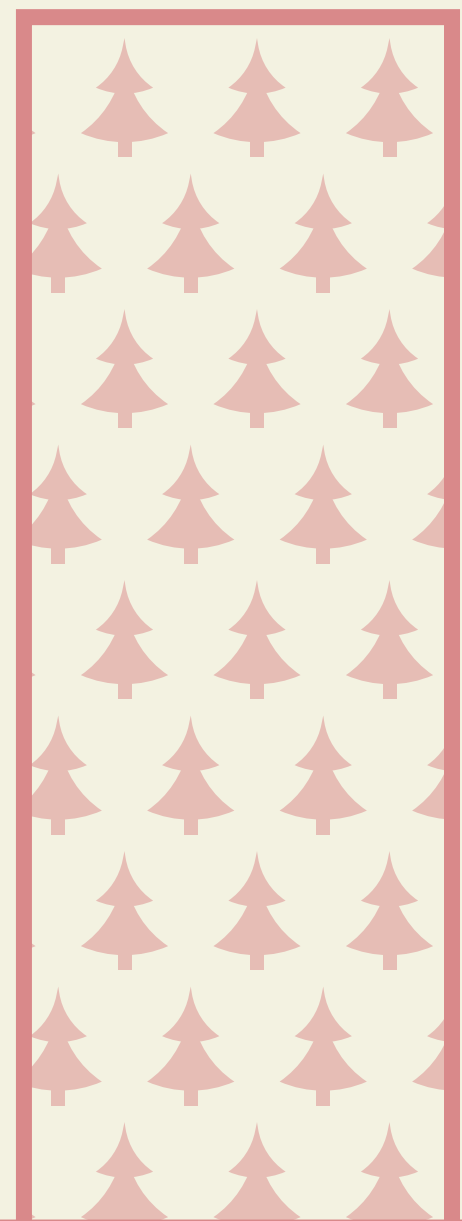
30% Compra en
tiendas de barrio

33% Reduce gastos en
alimentación/ropa

27% Busca productos de
proximidad o **made in Spain**

Comportamiento en el consumo

86%



Compra Presencial
(Supermercados)

14%



Compra Online

INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR

58%

No investiga a la hora de la compra

27%

Si investiga a la hora de la compra

¿DÓNDE?

55% Marcas Grandes o superficies: Carrefour, Zara, Mercadona...

45% Amazon

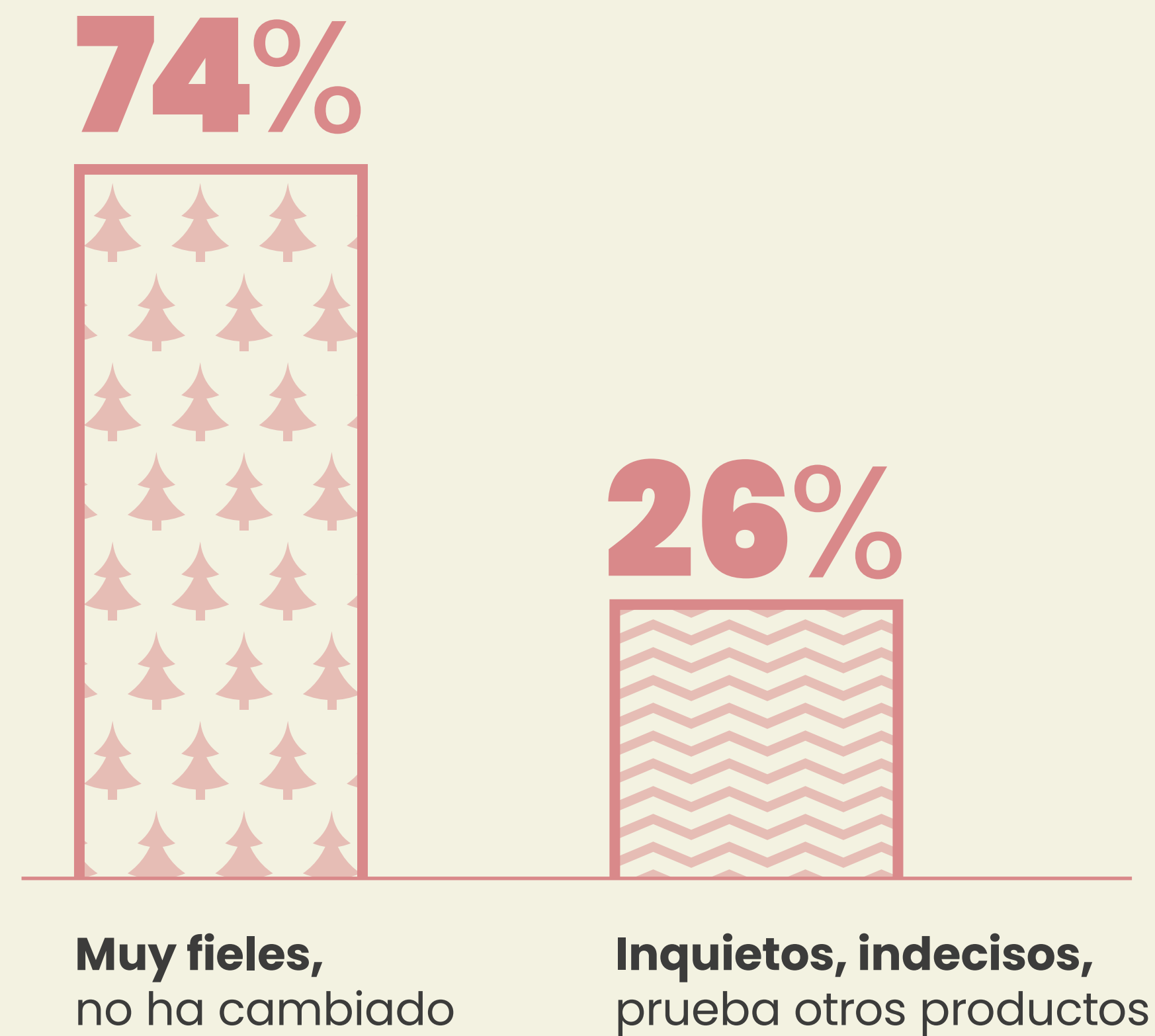
¿EN QUÉ DISPOSITIVOS?

41% Ordenador | 41% Teléfono | 18% Otros Dispositivo

¿SABÍAS QUÉ..?

70% Compra online **cada 10 días**, Ticket medio de **30-50€s**

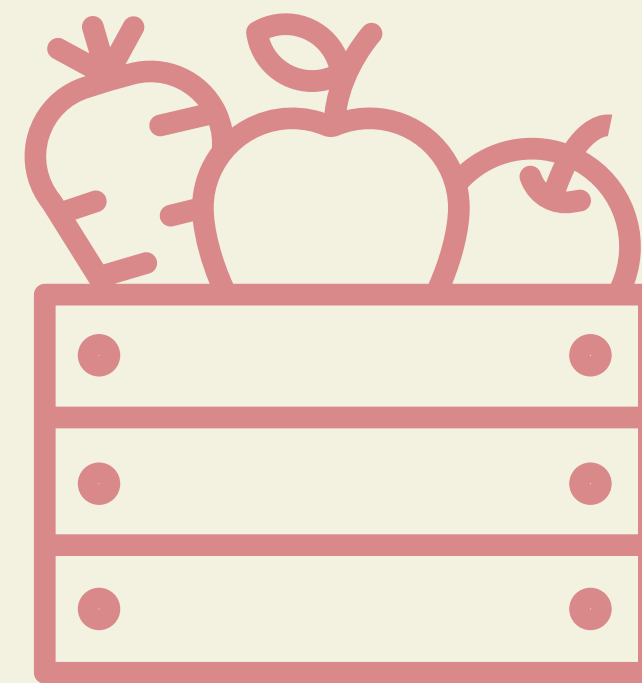
Fidelidad a las marcas



*Productos que no pueden
faltar en nuestra compra*



CERVEZAS



FRUTA



LECHE



¿Y QUÉ PASA
CON LA NAVIDAD?

Miedo a no poder celebrar las fiestas en familia

NO 28% **SI 72%**

92% de las compras se reducirán

60% La situación nos hará reflexionar a la hora de plantear las compras navideñas.

54%



Afirma cambiar sus hábitos de compra

27%



Niega cambiar sus hábitos de compra

23%



Tiene dudas aún

¿Cómo lo hará?

- Reduciendo gastos.
- Comprando solo lo imprescindible.
- Sólo planificando y buscando descuentos.
- Preferencia por compra online.

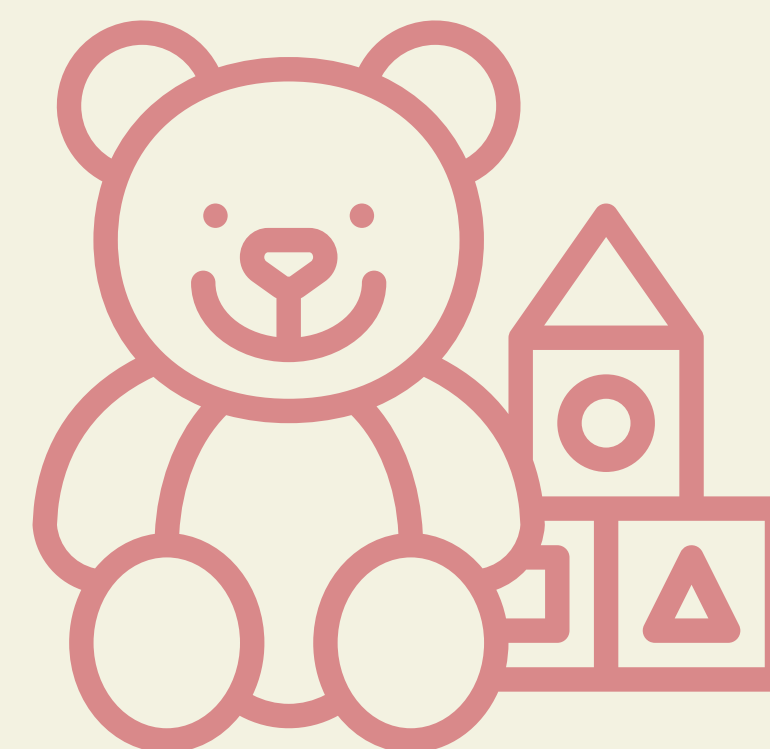
Productos más solicitados de esta Navidad



1. MODA Y LIBROS



2. INFORMÁTICA

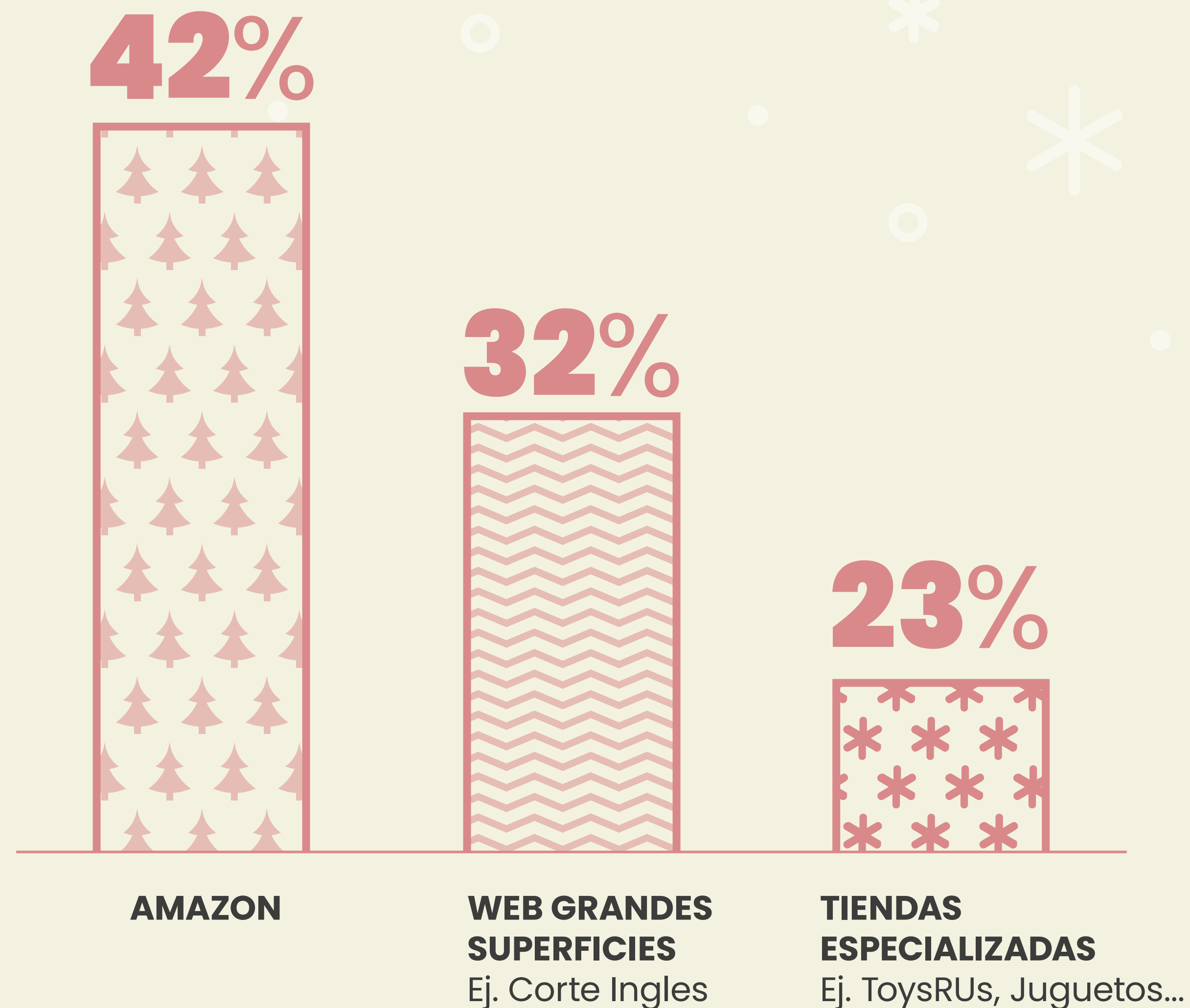


**3. JUGUETES,
DECORACIÓN
Y HOGAR**

Juguetes que más van a regalar los Reyes

QUÉ CONDICIONA NUESTRA COMPRA DE JUGUETES

1. Precio
2. Confianza Tienda Online
3. Juguete Seguro



4.

CLAVES PARA **EMPRESAS
Y EMPRENDEDORES**

Claves para empresas y emprendedores

1. Una plataforma casi desconocida como Zoom ha despegado frente a un gigante llamado Skype.

Estudia el caso y empieza a analizar cómo han llegado a esta situación y cuál ha sido su ventaja frente a Skype, una compañía con años de experiencia y un señor Microsoft detrás.

2. El 64% de los encuestados que prefiere comunicarse con amigos y familiares vía digital tiene más de 45 años. Aprovecha que se han digitalizado y utiliza este canal con ellos.

3. El mayor porcentaje de gente que está en proceso de cambio quiere comer más sano y cambiar de casa. De hecho, según otros estudios⁽³⁾, el 30% quiere iniciar reformas en casa. ¿Les ayudas?

4. El 22% de los encuestados prefiere no quedar con nadie ahora mismo. ¿No tienes nada para ellos?

(3) <https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2020/06/22/784199-el-covid-19-aumenta-un-30-el-interes-por-reformar-la-vivienda-segun-habitissimo>

Claves para empresas y emprendedores

- 5. Si te dedicas al mundo del juguete, entiende las reglas de Amazon y cómo puedes sacar rentabilidad en este Marketplace,** o si decides no entrar, determina qué oferta puedes hacer que la gente valore y que sea exclusiva en tu canal; las tiendas especializadas en juguetes que no han apostado por la exclusividad y la diferenciación (en producto o en servicio) están perdiendo la batalla frente a Amazon o El Corte Inglés.
- 6. Sólo un 26% de los encuestados han cambiado de marca, pero los que lo han hecho ha sido mayoritariamente porque han probado una nueva que les ha gustado.** Prioriza las estrategias de sampling, ya sea dando a probar tu producto en la calle, enviando muestras a casa o permitiendo que usuarios te conozcan y puedan solicitarlas de forma online. Generarás base de datos a la que fidelizar y fomentarás que cambien su marca de toda la vida.
- 7.** Recuerda que un 30% quiere comprar en tiendas de barrio y no grandes superficies y un 27% lo hará anteponiendo productos de proximidad y de nacionalidad española a otros criterios. Si afinas mucho el tiro, el embudo será más pequeño, y tus opciones mayores.



¿QUIÉNES **SOMOS**?

Sobre nosotros

PDM es una agencia de Marketing Estratégico que lleva 40 años desarrollando estrategias de Marketing en el mercado. En su proceso de transformación, en 2020 nace Agencia People, una apuesta por la digitalización, las campañas 360° y el conocimiento profundo del comportamiento de las PERSONAS, convirtiéndolas en el corazón de cada proyecto.

Agencia People es elegida Agencia de Marketing Digital y Promocional por empresas líderes de sectores de Gran Consumo, Telecomunicaciones, Turismo, Lujo, Salud y Motor, y ofrecemos un servicio 360° in house con expertos por vertical y una capa transversal de estrategia.

No somos proveedores, somos partners. Nuestros clientes confían en nosotros de media 8-10 años, y algunos más de 30.

En 2020 nace Twot (The Why Of Things), el programa de consultoría estratégica centrado en el entendimiento del comportamiento de las personas, a través de estudios de mercado, paneles online, tecnología OCR, purchase intelligence y, por supuesto, sistemas de business intelligence para analizar todos estos datos y sacar insights que determinen estrategias claras, activables, medibles y realistas que consigan por fin poner a los consumidores en el centro de tu negocio.

¿Quieres que hablemos?

Cristina Pérez Uriol, Directora de Estrategia de Agencia People, estará encantada de ayudarte cperez@pdm.es



¡GRACIAS!

*Este estudio se ha realizado mediante encuesta online a 200 personas de 18 a 60 años
ubicadas mayoritariamente en Madrid en el mes de noviembre de 2020.*



peopledefinemarketing



pdm



PDMagencia

<https://www.pdm.es>

