Modaes

Back Stage

Del compulsivo al planificador: cómo el Covid-19 ha creado nuevos tipos de consumidores

El coronavirus también ha modificado los hábitos de consumo en todo el mundo, con la llegada de nuevas tendencias que se mantendrán en los próximos años.

C. J.
3 sep 2020 - 04:55

Comprador compulsivo, planificador, tradicional, minimalista, conservador, entusiasta digital, aventurero, optimista... Igual que la manera de relacionarse y realizar actividades, el coronavirus también ha modificado los hábitos de consumo en todo el mundo, con la llegada de nuevas tendencias que se mantendrán en los próximos años en hasta once tipos de consumidor, según el informe *2020 Consumer Types* elaborado por Euromonitor.

Comprador compulsivo

Este es uno de los nuevos tipos de consumidores según la consultora, que copan el 16%. El descuento y las rebajas es la principal motivación de este tipo de consumidor,

https://www.modaes.com/back-stage/del-compulsivo-al-planificador-como-el-covid-19-ha-creado-nuevos-tipos-de-consumidores

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

también orientado a adquirir las últimas tendencias del mercado. El 89% de estos consumidores utilizan la tecnología para mejorar su día a día.

Con el impacto del coronavirus, este tipo de consumidor continuará gastando dinero en experiencias, aunque tengan que ser digitales. El ecommerce es el gran aliado para el consumidor compulsivo en el periodo de cierre de tiendas y priorizará aquellas marcas con mayor accesibilidad y que tengan envíos gratuitos.

El comprador compulsivo tiene al ecommerce como su gran aliado

En busca del minimalismo

Otro de los tipos de consumidores que describe el informe es el consumidor minimalista. Son aquellos que no dan mucha importancia a su imagen y tiene un estilo de vida moderado. Este tipo de consumidor, el 13% de la población, da más prioridad al ahorro, no gasta en productos de lujo y valora más la experiencia cultural y el tiempo para ellos mismos.

La compra local ha cobrado más importancia para este tipo de consumidor con la llegada del coronavirus. Productos sostenibles y *eco friendly* continuarán siendo los principales para este tipo de consumidor, que prefiere invertir en servicios y productos que le ayuden a mantener su bienestar durante el periodo de incertidumbre.

Defensor de la tradición

Los consumidores tradicionales también tienen su lugar en 2020, copando el 12% del total. Según Euromonitor, son aquellos que "evitan activamente ir de compras". Para estos consumidores, el precio de los productos es el principal factor de compra, y se decantan siempre por la opción más barata.

Para el defensor de la tradición, el coronavirus no modificará su tendencia de ahorro, sino que la intensificará durante el periodo de crisis económica. Con el Covid-19, este consumidor será más riguroso en su gasto, y no adquirirá productos que no sirvan.

Activistas empoderados

Otro 12% de los consumidores son activistas empoderados, según Euromonitor. La consultora describe a este tipo de consumidor como el que prioriza la autenticidad y está concienciado con los problemas globales y creen en el poder de cambiar el

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

mundo. Su gasto estará siempre vinculado a sus propios valores.

Este tipo de consumidores también priorizará la comprar en tiendas locales y de productos sostenibles. Además, los consumidores activistas se involucrarán en prestar su ayuda durante la pandemia a organizaciones caritativas.

El luchado impávido trabaja para tener lo mejor

Luchador impávido
Ser y tener lo mejor. Este es el lema del 12% de los consumidores, que forman el grupo de "luchadores impávidos". Este tipo de consumidor no se deja intimidar y opta por gastar el dinero en mantener su posición, incluyendo productos de lujo y tecnología.

Con el coronavirus, este tipo de consumidor continuará gastando dinero en experiencias, aunque tengan que ser virtuales. Además, seguirá invirtiendo en marca personal a través de plataformas digitales, especialmente aquellas que conectan personas.

Hogareño
Familia, amigos y relaciones personales son las principales motivaciones del consumidor conservador y hogareño. Este tipo de consumidor, según Euromonitor, no da demasiada importancia a su imagen ni se preocupa en seguir las tendencias. El consumidor hogareño, el 9%, prefiere reparar él mismo sus productos en lugar de pagar por uno nuevo.

Para continuar conectado, el consumidor hogareño hará uso de plataformas digitales mientras dure el periodo de confinamiento o las restricciones de movilidad por el coronavirus. Con todo, el hábito de compra de este tipo de consumidor no se modificará y continuará gastando sólo en aquellos bienes básicos.

El entusiasta digital pone a la tecnología por encima de todo

Entusiasta digital
La tecnología por delante de todo. Este es el leitmotiv del 9% de los consumidores, a los que Euromonitor denomina como "entusiasta digital". El 74% afirma que estaría

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

perdido si no tuviera acceso a Internet y dedican su tiempo libre a ponerse al día con los últimos avances tecnológicos.

Este tipo de consumidor mantendrá su consumo frugal en tiempos de coronavirus y continuará siendo ahorrador durante el periodo de incertidumbre económica. Su participación en experiencias virtuales se incrementará en este periodo y investigará nuevas plataformas para conectarse.

Aventurero
El consumidor aventurero, el 6%, es aquel que está abierto a probar cosas nuevas e invertir en su futuro, persiguiendo principalmente objetivos personales, profesionales o de salud. El 53% de ellos cree que en cinco años gozarán de una mejor posición financiera.

Este tipo de consumidor será más cauto a la hora de pensar en el futuro, e invertida menos dinero en experiencias a corto plazo para ahorrar. También reevaluará sus planes en función de las condiciones económicas provocadas por la pandemia.

El consumidor planificador es ahorrador y cuidadoso en su gasto

Planificador
Ahorrador y cuidadoso con sus gastos. Así describe Euromonitor al consumidor planificador y cauteloso, que copa el 5%. Este tipo de consumidor prueba, valora y examina el producto antes de adquirirlo y sólo gasta en aquellas empresas en las que tiene total confianza.

El consumidor ahorrador seguirá apretándose el cinturón y no gastará en productos triviales. Continuará fijándose en las rebajas y artículos con descuento y aprovechará para comprar únicamente cuando haya ofertas.

Preocupado por sí mismo
La otra categoría de consumidores, que copa el 5%, es el preocupado por sí mismo, al que no le importa gastar dinero siempre y cuando sea para satisfacción o cuidado personal. Este tipo de consumidor suele priorizar en experiencias y artículos de lujo.

Los viajes de este tipo de consumidor se paralizarán durante un tiempo, y se enfocará en realizar actividades culturales y experiencias virtuales en su entorno local. Su preocupación por la salud se incrementará y serán los que más rápido adopten las

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

medidas de seguridad.

Optimista

Disfrutar del hoy y del ahora. Así define Euromonitor al consumidor optimista. El 73% de ellos busca simplificar su vida y prioriza pasar tiempo con su familia y amigos, según explica la consultora. Este tipo de consumidores copa sólo el 3%.

Igual que otro tipo de consumidores, los optimistas utilizarán las plataformas digitales para conectarse y mantener la relación con el resto de los consumidores. También serán más conscientes a la hora de gastar dinero en el corto plazo, y priorizarán el ahorro para el futuro.

https://www.modaes.com/back-stage/del-compulsivo-al-planificador-como-el-covid-19-ha-creado-nuevos-tipos-de-consumidores

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.