Cambios trascendentales de nuestros hábitos del consumo, tras el Covid-19

Noticias 24hs | 02/04/2021



El Covid-19 ha cambiado, definitivamente, nuestros hábitos y costumbres, de manera mucho más rápida y drástica de lo que hubiéramos supuesto

Todo ello ha supuesto el resurgir de la vida en el barrio, en la proximidad. La realidad de encontramos los comercios cerrados, los restaurantes y hoteles sin abrir y la dura perspectiva de escasos cambios a corto o medio plazo, han forzado a que el número de personas que hacen compra online haya crecido un 20% en el último año, potenciando un crecimiento de la facturación de las compras con envío a domicilio de en torno al 62% en los últimos doce meses.

Nuestros hijos o nuestra pareja conviven con nosotros en la misma vivienda en la que teletrabajamos, y eso nos ha obligado a buscar alternativas hasta ahora impensadas. Muchas personas no se habían percatado que sus casas no estaban hechas para la vida en común con toda la familia haciendo varias cosas a la vez: estudiar, teletrabajar o descansar, a la vez de mantener la vida familiar a la vez.

En muchos casos hemos tenido que improvisar las herramientas que disponíamos en casa: un solo ordenador para todos no ha sido suficiente, nuestras redes WiFi eran limitadas, o un solo televisor en el comedor tampoco ha cubierto las expectativas de todos los miembros de la unidad familiar

También se han experimentado cambios muy importantes en las relaciones entre parejas: muchos desconocían cómo trabajaba su pareja hasta que la han descubierto en sus videollamadas en directo. La convivencia del teletrabajo se ha resuelto difícil para muchos ciudadanos que han tenido que compartir espacios para sus profesiones en unos pocos metros

cuadrados, a veces con ocupaciones muy diferentes y empleando las mismas herramientas, tales como la red WiFi o los periféricos. Muchas parejas se han redescubierto con la exploración de nuevas formas de entretenerse haciendo compras en sexshop online y buscando productos novedosos o de los que se ha oído hablar mucho pero cuyo uso poca gente conocía, como el vibrador satisfyer.

Ahora muchos nos hemos dado cuenta que, en algunos aspectos, nuestra vivienda no está bien adaptada para largos periodos de convivencia, puede se cerrada o incluso bastante oscura, carente de mucha ventilación o pequeña o mal distribuida, lo que nos ha lanzado a algunas reformas, adecuaciones o incluso a buscar casa nueva. La tendencia actual viene marcada por buscar residencias en la periferia de las grandes capitales, en lugares más espaciosos, urbanizaciones con jardín o chalet pareados.

Y en lo que respecta a compras, las tendencias de los últimos meses marcan un crecimiento progresivo del e-commerce, con cambios importantes en nuestros gustos y hábitos a los que nos hemos acostumbrado muy rápidamente. Las compras para que nos sean llevadas a casa han crecido el triple si lo comparamos con 2019, y muchos consumidores se han avezado en el nuevo mundo de las compras online, que antes ni siquiera habían experimentado.

Por ejemplo, ya no nos gastamos tanto dinero en ropa, en general, usamos mucho más tiempo que antes la ropa vieja y nos preocupamos poco de las modas del momento para renovar nuestro fondo de armario. Esto, en cierto modo, ha supuesto un ahorro en nuestros gastos, como lo que nos hemos ahorrado en perfumes o en salidas esporádicas que antes hacíamos con mucha mayor frecuencia. Ello es debido a que nos lucimos menos en actos sociales, reuniones o cenas o fiestas. Tampoco hay muchos eventos públicos, se acude muchísimo menos a estrenos, cine, teatro o espectáculos, y prácticamente no ha habido eventos sociales tales como ferias, viajes o congresos, que siempre nos exigen algún vestuario renovado.

Esta tendencia es ya tan fuerte, que incluso desde el sector del retail y los grandes almacenes se está reflexionando acerca del futuro de las ventas presenciales, en un mundo comercial cada vez más híbrido entre la venta online y la presencial y en la que, quizás, habrá que destinar menos espacios a la venta en superficie. De hecho, grandes marcas como El Corte Ingles o Zara ya están valorando la reducción de sus enormes espacios destinados a las ventas presenciales. La marca no se perderá nunca, pero si la ubicuidad en la tienda presencial, por lo que la tendencia a largo plazo es a reducir espacios para ahorrar costes y adaptarse a entornos donde crece la venta online, que se continuará vendiendo con las mismas exigencias de calidad y las mismas garantías.

Gastamos más, por el contrario, en nuevas tendencias tecnológicas, videojuegos, nuestros equipamientos electrónicos, nuestras redes sociales y la manera en que nos conectamos desde casa. Ha habido un incremento importante en contrataciones de televisión por cable, nuevos

aparatos de televisión más modernos y capaces, y nuevos ordenadores y periféricos para nuestro hogar, que nos permitan trabajar, estudiar o entretenernos. Y ha llegado la hora de los multidispositivos a casa, donde conviven tabletas, ordenadores de sobremesa o smartphones para hacer casi las mismas tareas, pero pudiendo conceder flexibilidad a cada momento según necesidades.

Otro cambio importante ha sido la transformación en nuestros medios de transporte. Antes estábamos muy agobiados con nuestros modos de desplazarnos, si coche, si moto, si transporte publico o incluso si bicicleta. Desde la llegada del Covid-19 y las nuevas situaciones de teletrabajo, muchos ciudadanos se están pensando eso de renovar coche o moto, algo que coincide y refuerza una tendencia confusa que ya venía de atrás, y que tenía su origen en la llegada de las nuevas motorizaciones eléctricas o híbridas, bastante más caras que los motores de combustible fósiles. Las cifras de ventas de coches confirman la tendencia a “resistirse” al cambio de coche. Comprar un coche ya no es una prioridad para muchos, dado que no hay muchos lugares donde desplazarse con él: ni al trabajo, ni por fin de semana, ni por ocio ni incluso a comprar.

El Covid-19 ha cambiado, definitivamente, nuestros hábitos y costumbres, de manera mucho más rápida y drástica de lo que hubiéramos supuesto.

Autor: Redacción