

GENERALITAT  
VALENCIANA

TOTS  
A UNA  
veu

**iVACE**  
INSTITUTO VALENCIANO DE  
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

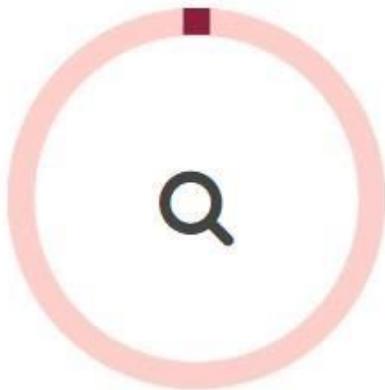
## RETAIL & SHOPPER EN LA ERA POST COVID-19 CLAVES E IDEAS DEL NUEVO ESCENARIO



## ¿QUIEN ES COTO CONSULTING?

Somos una consultoría de marketing especializada en Investigación de mercados y Retail.

Nos dedicamos a crear cambios en marcas y puntos de venta para acercarlos a su mercado y hacerlos más rentables.



Estudios de Mercado

¿Conoces a tus clientes?

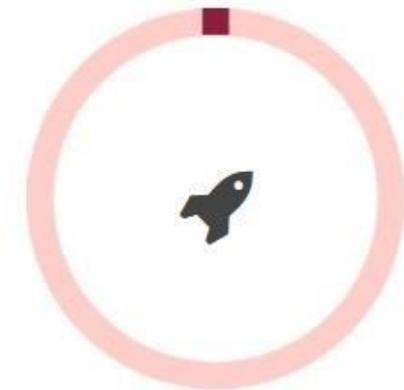
Más Info. >



Marketing On & Off

Marketing para el cliente omnicanal

Más Info. >



Estrategia de Negocio

Obtén mejores resultados empresariales

Más Info. >

# HPÓTESIS/TENDENCIA 1. HPER-HIGIENIZACIÓN DEL CONSUMO

- **FACTOR Seguridad como mas relevante y experiencia de compra convertida en conveniencia:** compra rápida y directa. Aceleración de la digitalización de servicios en tienda que fomenten el autoservicio y reduzcan el contacto.

**“MÁS DEL 90% ESPAÑOLES APOYA USO MASCARILLAS Y LIMITACIÓN AFORO”**

FUENTE: Deconstruyendo al consumidor post-COVID. E&Y.

**CLAVES PARA ADAPTARSE SEGURIDAD:** adopción, claridad y normalidad

## ADOPCIÓN

de las medidas establecidas (Ministerio de Sanidad y/o autoridades pertinentes) en cada momento.

¿Que vendo y como lo vendo?

## VISIBILIDAD

De las medidas que se llevan a cabo en el comercio para transmitir **tranquilidad** a los clientes cuando visitan el punto de venta.

## COMUNICACIÓN

por todos los canales posibles (web propia, redes sociales, cartelería punto de venta, en las llamadas/e-mails a clientes, etc.) de las medidas que se están realizando.

# HIPÓTESIS/TENDENCIA 1. HIPER-HIGIENIZACIÓN DEL CONSUMO



# Mindhope

Terapia gratuita para tiempos de crisis

¡Empieza Ya!

## La ayuda que necesitas...

- 1 Rellena nuestro formulario en menos de 2 minutos.
- 2 Tratamos tus datos de forma segura y confidencial.
- 3 El terapeuta más adecuado a tus necesidades se pondrá en contacto contigo.
- 4 Disfruta de terapia gratuita dos veces por semana mientras dure la crisis.

¡Pruébalo!

Soy psicólogo y quiero ayudar...

# Mindhope

Ayuda en tiempos de crisis.

¡Hola! 🤖

**Mindhope** es un servicio **gratuito** de terapia por WhatsApp para paliar los efectos psicológicos del confinamiento.

Por favor, escoge la opción que mejor te defina:

M

ESCOGE UNA OPCIÓN



Quiero usar el servicio de terapia gratuita.



Soy psicoterapeuta y quiero ayudar.

# CONSECUENCIA: Menor fricción en pagos

## PEDIDOS SIN ESPERAS NI COLAS



**UN DÍA ANTES**  
HAZ TU PEDIDO POR WHATSAPP  
o por teléfono



**AL DÍA SIGUIENTE**  
ACUDE AL MERCAT DÉNIA Y RECOGE TU PEDIDO SIN ESPERAS NI COLAS

También te lo pueden hacer llegar por mensajería con Ecorodando,



Mantén la  
distancia de seguridad



PREGUNTA A TU VENDEDOR

# HIPÓTESIS/TENDENCIA 2. IMPULSO DEL FACTOR PRECIO

## Condicionantes:

- Stock acumulado.
- Parón del flujo de caja.
- Precios a la baja.
- Peligro: fórmula liquidación por cierre.

## CLAVES PARA ADAPTARSE:

- Inventario y análisis de gama: rotación/ventas/margen
- Repensar márgenes.
- Revisión proveedores. Menos y mejores
- Coordinación con proveedores. Compartir riesgo y dtos.
- Alianzas entre comercios. Papel asociacionismo.



# CONSECUENCIA: Año 2020 convertido en Black Friday

Durante el COVID rebajas para potenciar las ventas:

MENÚ BUSCAR elPeriódico INICIAR SESIÓN SUSCRIBETE

ECONOMÍA BYZNESS TECNOLOGÍA MOTOR FIRA BCN MWC VIVIENDA ZONA FRANCA +EMPREENDEDORES +INNOVACIÓN EMPLEO

IMPACTO DEL CORONAVIRUS

## Las firmas de moda adelantan las rebajas 'on line' por el cierre

Los descuentos alcanzan el 60% pero la venta en tienda se desploma con el confinamiento

La temporada de primavera se da por perdida y la tienda multimarca será la más afectada

Luca López Alonso

BARCELONA - DOMINGO, 29/03/2020 | ACTUALIZADA 02/04/2020 - 19:33



Expansión

Mercados Ahorro Empresas Economía E&Empleo Jurídico Más

Suscríbete Iniciar sesión

← Empresas Distribución Banca Energía Tecnológicas Construcción e Inmobiliario Más +

CORONAVIRUS • Las ventas cayeron un 70% en marzo

## Inditex, Tendam y El Corte Inglés lanzan rebajas online para reducir stocks

VÍCTOR M. OSORIO Madrid 14 ABR. 2020 - 09:26



Ver 13 comentarios



El sector textil tiene cerrados sus 61.000 puntos de venta físicos en España.

ÚLTIMA HORA CaixaBank

- 11:42 Grupo Azkoyen anula el reparto de dividendos a cuenta del resultado de 2019
- 11:42 China publica una nueva lista de productos de EEUU a los que bajará aranceles
- 11:37 El Tesoro emite el máximo previsto de letras con intereses más favorables

- ***Digitalización del consumo.***



- ***Responsabilidad social y medio ambiente.***

Visión *SOSTENIBILIDAD + SEGURIDAD= LUCHA CONTRA CONTAMINACIÓN (AIRE FRESCO).*

- ***Corto plazo:*** pérdida valor producto reutilizable (prioridad higiene).
- ***Medio plazo:*** Persisten valores vinculados al medio ambiente

### VENTA ONLINE GRAN CONSUMO (PERIODO CONFINAMIENTO)

- **700.000 nuevos hogares,**
- **+15,5% nuevos compradores +115% en valor +105% en volumen (kantar)**
- **CUOTA MERCADO COMERCIO ONLINE: DEL 1,8% (2019) AL 3,1%. Madrid (4,7%) y Barcelona (4,9%)**
- **GANADORES NO GRAN CONSUMO: MODA E INFORMÁTICA**  
  
"Los mayores se han decidido a acceder al canal de forma definitiva"
- **Compradores mayores de 65 años=9,3% (+1,3% que 2019), con una evolución en valor del 210%.**

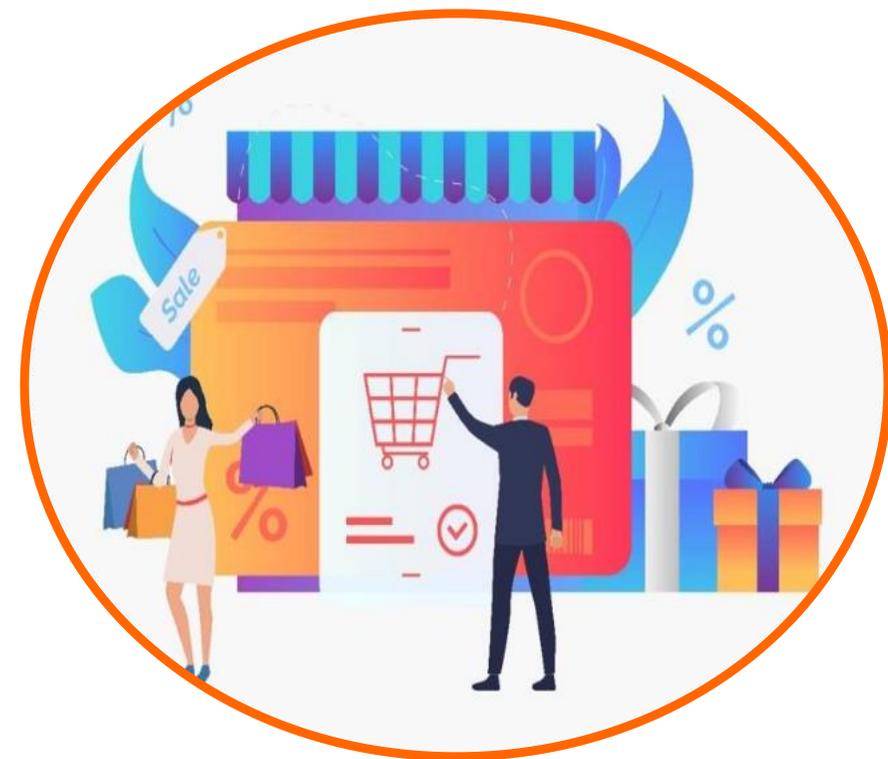
### EFFECTOS COVID EN DIGITALIZACIÓN:

- **Omnicanalidad como variable crítica (no estratégica)**
- **Tensionamiento online.** Problemas logística.
- **Polarización:** Se amplía la brecha entre comercios con venta online y sin venta online.

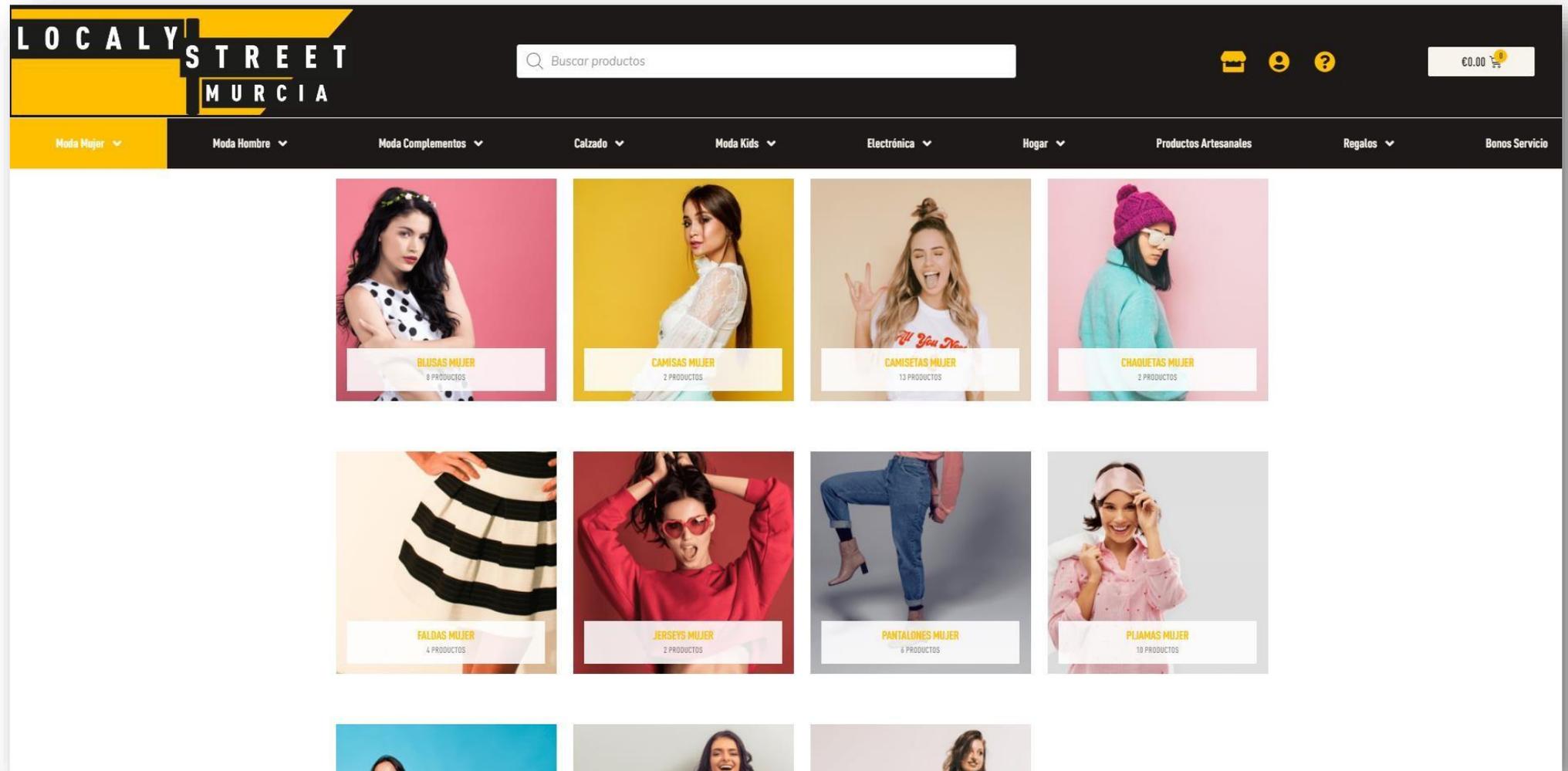
### CLAVES PARA ADAPTARSE:

Uso nuevos canales y herramientas para vender: web, streaming, marketplaces, whatsapp, etc.

- **Ya vendiendo online:** incrementar recursos dedicados a mejorar el marketing digital (posicionamiento SEO/SEM, RRSS, mejoras en la estructura de la web, etc.) y a nivel de gestión e-commerce (principalmente en el control de stocks y en la logística para reducir gastos de envío, flexibilizar devoluciones, potenciar nuevas formas de entrega de contacto 0, etc.).
- **NO vendiendo online:** incorporar herramientas digitales y mejorar geolocalización (Google my business), incorporarse a marketplaces, desarrollar plataformas conjuntas a nivel local.



# CONSECUENCIA: Aparición de Marketplace locales.



## ACUS

### ¡Vamos a hacer un directo en Instagram desde la tienda!

En unos minutos, a las 18:30 Horas, vamos a hacer un directo Pilar y yo, donde os enseñaremos los pendientes que queráis ver.

Es nuestro primer directo y si te pasas a darnos apoyo sería genial.

¡Y así nos ponéis cara!

Será como nuestro nuevo sistema de videollamada pero en conjunto.

Hoy lunes 18 a las 18:30 H nos vemos en nuestro instagram @acus\_complementos

¡No te lo pierdas!

Un abrazo,

[Ir a Instagram](#)

Si prefieres una videollamada personalizada con nuestra estilista Pilar de manera individual, solo tienes que pedir cita aquí.



### RESERVA TU CITA VIRTUAL

Reserva una videollamada con nuestra estilista y ella te mostrará propuestas a lo que estés buscando.

No tendrás que desplazarte, solo encender tu móvil y conectarte con nosotros a la hora reservada.

## ACUS



### RESERVA TU CITA VIRTUAL

Reserva una videollamada con nuestra estilista y ella te mostrará propuestas a lo que estés buscando.

No tendrás que desplazarte, solo encender tu móvil y conectarte con nosotros a la hora reservada.

#### Cita Virtual (Videollamada)

Reserva una videollamada con nuestra estilista y ella te mostrará propuestas a lo que estés buscando.  
No tendrás que desplazarte, solo encender tu móvil y conectarte con nosotros a la hora reservada.

MAYO 2020						
l	m	m	j	v	s	d
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Las horas están en (GMT+02:00) Madrid Time ▾

10:30	10:45	11:00	11:15
11:30	11:45	12:00	12:15
12:30	12:45	13:00	

# CONSECUENCIA: Retail seguro y sostenible

## BRAVA FABRICS

Novedades ▾ Hombre ▾ Mujer ▾ Lifestyle ▾



Sobre Nosotros ▾ Tiendas ▾ Pide cita Blog 🔍 👤 🛒

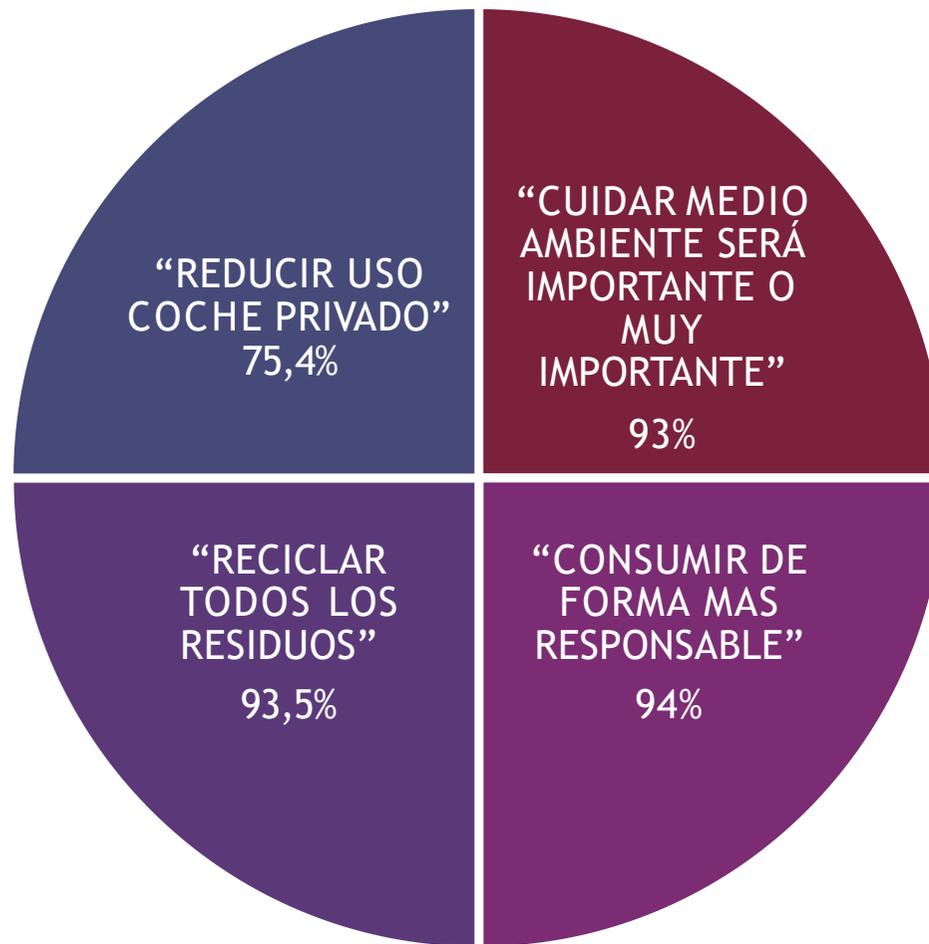
**RECICLADAS, REUTILIZABLES  
Y HECHAS A MANO**

Consigue una mascarilla GRATIS en cada pedido.

COMPRAR HOMBRE    COMPRAR MUJER

# HIPÓTESIS/TENDENCIA 3. ACELERACIÓN EN LOS CAMBIOS DE LOS PATRONES DE CONSUMO

## Sostenibilidad y Medio Ambiente



*fuentes: “Los españoles y el medioambiente en tiempos del COVID-19” realizado por Ecovidrio*

## HIPÓTESIS/TENDENCIA 4. REDESCUBRIMIENTO DE LO LOCAL: PROXIMIDAD

- *El entorno más cercano y conocido es el que genera una mayor confianza y tranquilidad en las personas.*
- *Desplazarse en búsqueda de experiencias perderá peso en la decisión de compra.*
- La seguridad de lo próximo ha permitido aflorar un sentimiento de pertenencia a la comunidad.



### CIS MAYO 2020:

- + 6,5% elección tiendas de barrio (12,3 al 18,8).
- -5% Hipermercados (del 15,8% al 10,1%)

En este sentido han surgido un gran número de iniciativas en esta dirección (Barriofy, Dbarrio, Eroessomostodos, etc.)....

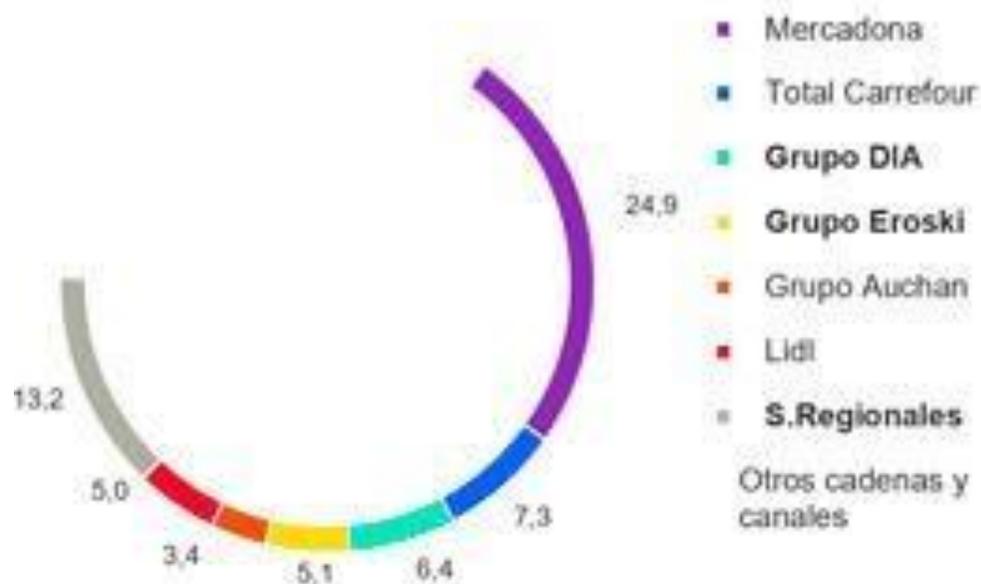
# HIPÓTESIS/TENDENCIA 4. REDESCUBRIMIENTO DE LO LOCAL: PROXIMIDAD

## Retail: El retail "físico", búsqueda proximidad

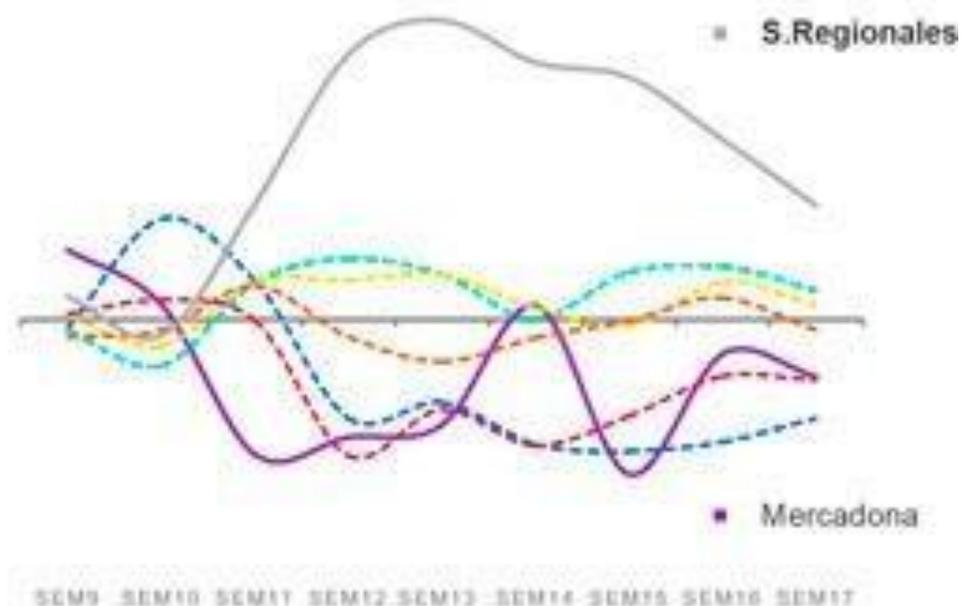
La búsqueda de cercanía beneficia a cadenas con mayor capilaridad en pueblos y barrios. Super regionales, Grupo Dia y Grupo Eroski ganan cuota de mercado.

Semana 17 del 2020

% Cuota



Diferencia de puntos de cuota vs promedio primeras 8 semanas del año



Fuente: Kantar Panel de consumidores, España, total gran consumo, 16 al 22 marzo 2020. Súpers Regionales no incluye Supermercados Eroski ni El Árbol; sí incluye Consum y Ahorramas.

## HIPÓTESIS/TENDENCIA 5. POTENCIACIÓN DEL COCOONING

**“EL 50% DE LOS ESPAÑOLES MANIFIESTA QUE REDUCIRÁ SU VIDA SOCIAL”**  
*(E&Y deconstruyendo al consumidor)*

Se observa que en un primer momento, los productos más comprados fueron los de necesidad, pasando por el arte culinario y tras unas semanas se ha incrementado la compra de productos de capricho y más relacionados con el ocio.

*Este hecho evidencia que la sociedad se está habituando a consumir en el hogar y es posible que se potencien tendencias como el cocooning (individuo tiende a socializar cada vez menos y se retira a su hogar, convirtiéndolo en su fortaleza) y por ello decida adquirir productos de “lujo” para tomar y elaborar en casa en lugar de consumirlos en establecimientos de restauración.*



Aprovechar la tendencia para adaptar tus productos:

Westwing: tienda online de decoración, realiza artículo para hablar del cocooning y relacionar los productos que vende (mobiliario, textil, etc.) para crear la atmósfera buscada.

Accede a las mejores marcas hasta -70%

Esta palabra deriva del inglés “nest” (nido), y se ha convertido hoy en día en un proceso de decoración y de crecimiento personal a través de esos pequeños momentos en casa. Te enseñamos todo lo que debes saber sobre esta tendencia tan en auge en los últimos años.

### Razones por las que amarás el “cocooning”

El Cocooning es una tendencia que nos ayuda a valorar los momentos en casa y de desconexión. Se basa en añadir piezas que nos ayuden a aumentar el confort y el bienestar en casa, como si fuera un oasis, pero esto no implica que tengamos que disfrutarlos solos. Al contrario, haz que tu casa sea un lugar especial para ti y también para tus amigos. Reúnelos en casa y prepararles un café o chocolate caliente. Añade también algunas velas, y disfruta del momento de relax junto con un rico pastel. ¡Y todo ello sin salir de casa!

### 3 razones para usar el “nesting” en casa

- 1 Disfruta de tu momento en casa**  
¡Quédate en casa hoy! Relájate y disfruta de tus cuatro paredes. Ponte cómodo e invita a familiares y amigos. Añade algunas mantas acogedoras y cojines suaves de terciopelo para que todos tus invitados estén más cómodos.
- 2 Tiempo para ti**  
Date un homenaje en casa con un baño relajante. La vida tan estresada que llevamos muchas veces no nos permite parar y dedicarnos tiempo. Desconecta en casa y prepara en tu baño un spa de lo más íntimo y solo para ti.
- 3 Decora con comodidad**  
Mantas de lana, cojines de terciopelo, y un sinfín de piezas que harán que tu casa sea un lugar de lo más acogedor. Apuesta por el estilo Cozy Living, y disfrutarás del placer de estar en casa de forma cómoda y relajada.

# CONSECUENCIA: Cocooning como oportunidad

Aprovechar la tendencia para adaptar tus productos:

Sephora: cadena de cosméticos que ofrece un cofre de tratamiento (cremas, mascarillas, etc.) aplicando el concepto Cocooning en el hogar para relajarse, descansar, etc.

MI CUENTA LA TARJETA SEPHORA TIENDAS Y SERVICIOS 0 CESTA

# SEPHORA

BUSCAR

DEVOLUCIÓN GRATUITA SIN LIMITE DE TIEMPO

MAQUILLAJE PERFUME TRATAMIENTO CUERPO Y BAÑO HOMBRE CABELLO ACCESORIOS PARAFARMACIA MARCAS DUDAS COVID19

Inicio > Tratamiento > Cofres

## SEPHORA FAVORITES

### Cocooning Selection Cofre de Tratamiento

★★★★★ 4.7 (7) DA TU OPINIÓN HACER UNA PREGUNTA

#### OFERTA ESPECIAL

2020 ha llegado para quedarse y nosotros le queremos dar la bienvenida de una manera muy especial. Una caja perfecta para aplicar el concepto "COCOONING": descansa, relájate y recarga las pilas; las ...

[Descubrir más](#)

10 unidades OFERTA ESPECIAL 34,95€ ENVIÓ GRATUITO Agotado  
DISPONIBILIDAD EN TIENDA >

#### DESCRIPCIÓN

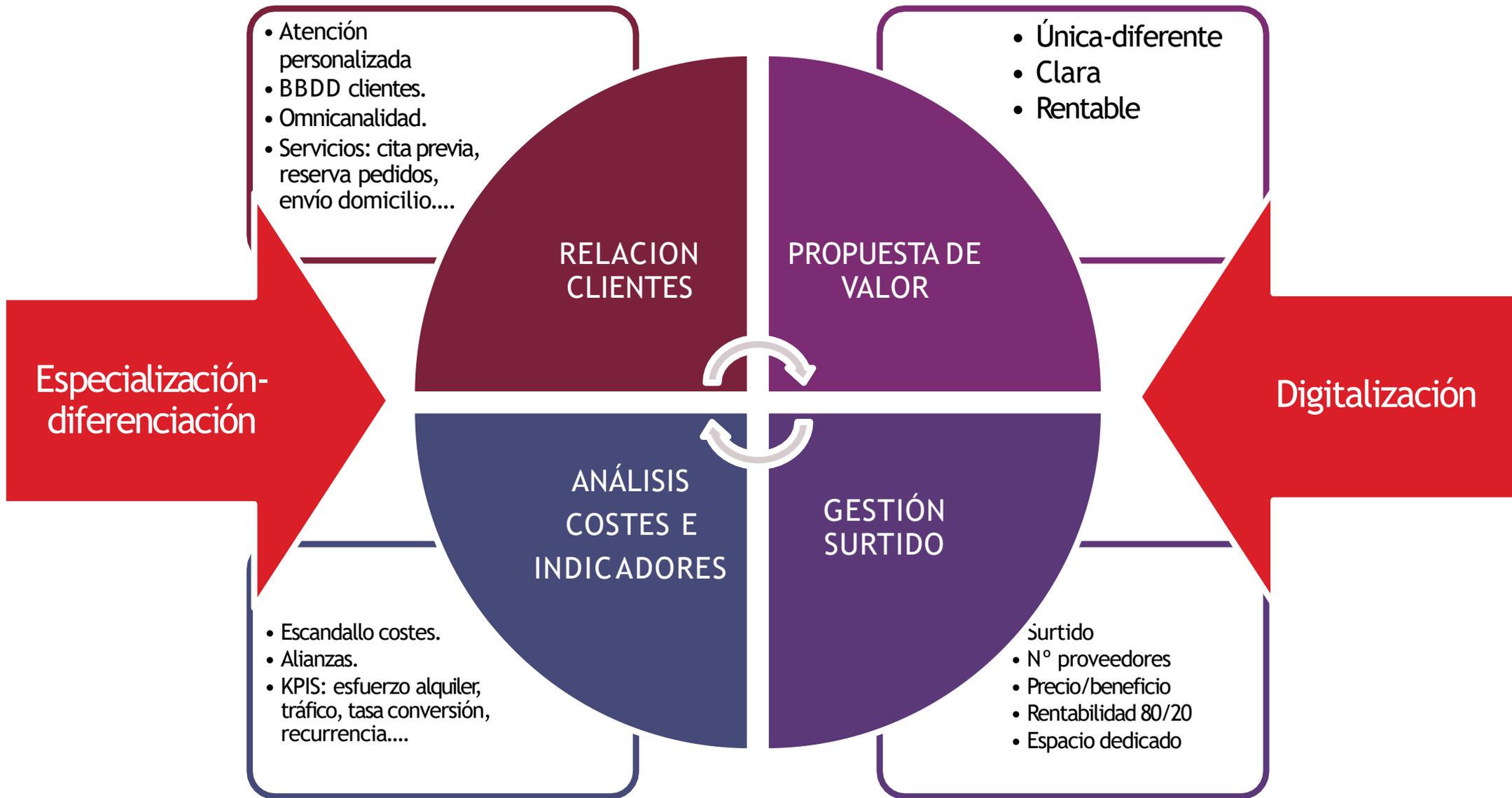
INGREDIENTES

2020 ha llegado para quedarse y nosotros le queremos dar la bienvenida de una manera muy especial. Una caja perfecta para aplicar el concepto "COCOONING": descansa, relájate y recarga las pilas; las tuyas y las de tu rostro. ¡Hidratación máxima en todos sus formatos! Prueba varios tipos de cremas para el rostro, labios, contorno... Y, diviértete con las mascarillas o relájate con ellas. ¡A disfrutar de tú momento! <br><br> Todo a un precio de 34,95€ en lugar de 98€ (1) <br><br> (1) Valor total de los productos Calculado en base a los precios de los siguientes productos que se venden por separado en Sephora: The true cream - crème hydratante 50ML DR JART, Keep Smiling - 5 patchs gels lèvres PATCHOLOGY, crème revitalisante nuit polaire 25ML POLAAR, Good Genes sérum 30ML SUNDAY RILEY

DESCUBRE LOS PRODUCTOS DE LA GAMA

# ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS: REVISANDO LOS BÁSICOS

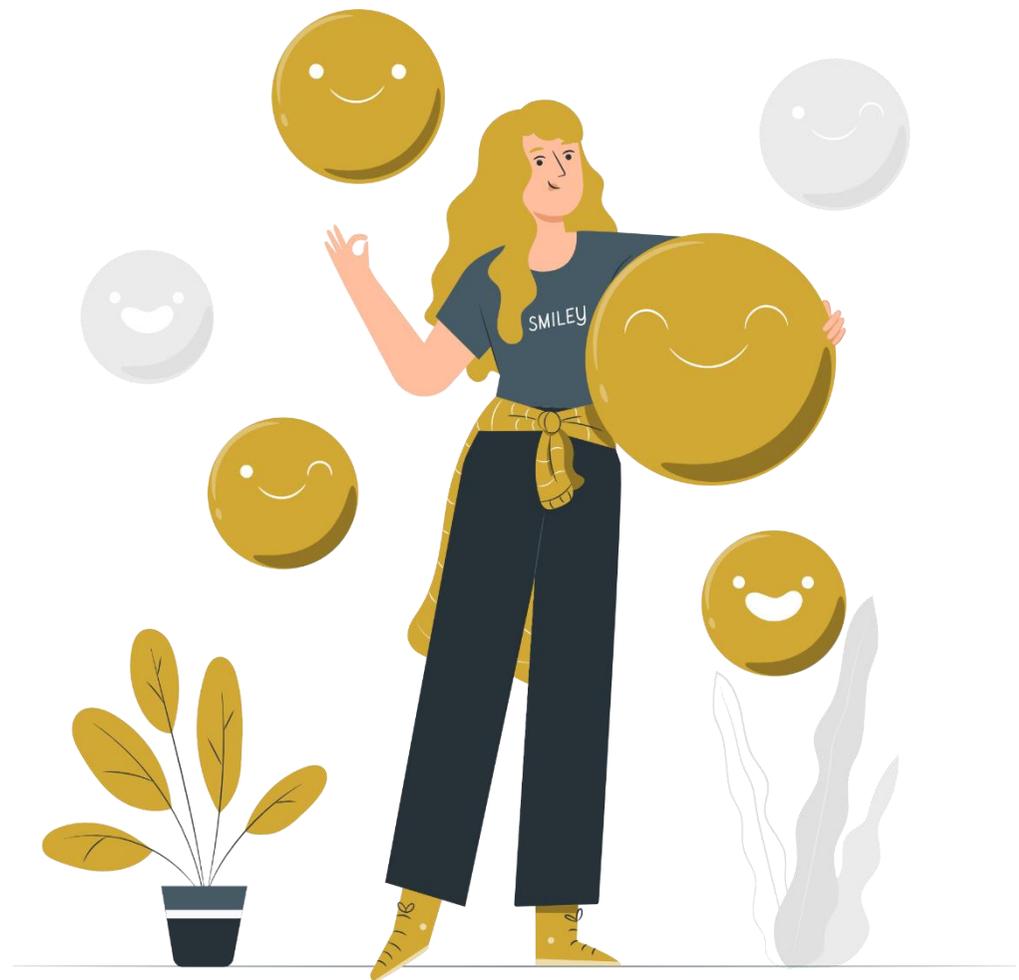
# ADAPTACIÓN DEL COMERCIO



**¡GRACIAS POR  
VUESTRA  
ATENCIÓN!**

Pedro Reig Catalá  
[pedro@cotoconsulting.com](mailto:pedro@cotoconsulting.com)

Tel. 96 394 27 75



[www.facebook.com/cotoconsulting](https://www.facebook.com/cotoconsulting)

[www.cotoconsulting.com](http://www.cotoconsulting.com)