

Aprendizajes sobre el impacto del COVID-19 en los mercados y consumidores

Al ser la primera región en experimentar el COVID-19, lo que ocurre en China en términos de consumo es similar a lo que empezará a suceder en los demás países del mundo en la medida que el virus siga expandiéndose. ¿Qué podemos esperar para el mercado chileno? Acá te mostramos los principales aprendizajes desde los datos de punto de venta recogidos por GfK.

¿CÓMO CAMBIÓ LA DEMANDA EN CHINA?

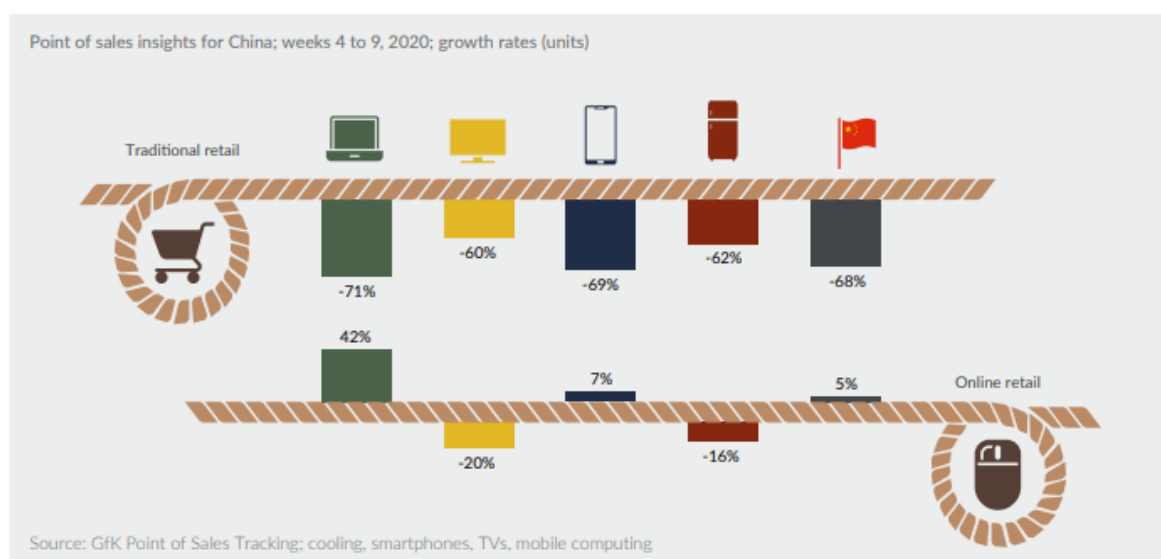
Al comenzar la cuarentena en China hubo una caída drástica tanto de las ventas del retail como en la confianza en la economía. En términos de venta, se registró una **disminución de hasta 80%** en aquellas semanas en las que la mayoría de las tiendas cerraron.

ACTIVE CORONA CASES VS WEEKLY RETAIL REVENUES



Es cierto que las compras online aumentaron, pero no podrán compensar las caídas en ventas a nivel total. Sin embargo, los **Tracking de Puntos de Venta de GfK** muestran que **productos que históricamente han destacado en el canal online** continuaron teniendo un buen desempeño, como los notebooks.

TRADITIONAL RETAIL SALES COLLAPSED MASSIVELY



Estos datos sugerirían que es posible mitigar la caída en ventas fortaleciendo el canal online (siempre que sea posible mantener la cadena de logística y distribución).

¿CÓMO ESTÁ CAMBIANDO LA CONDUCTA DE LOS CONSUMIDORES EN CHINA?

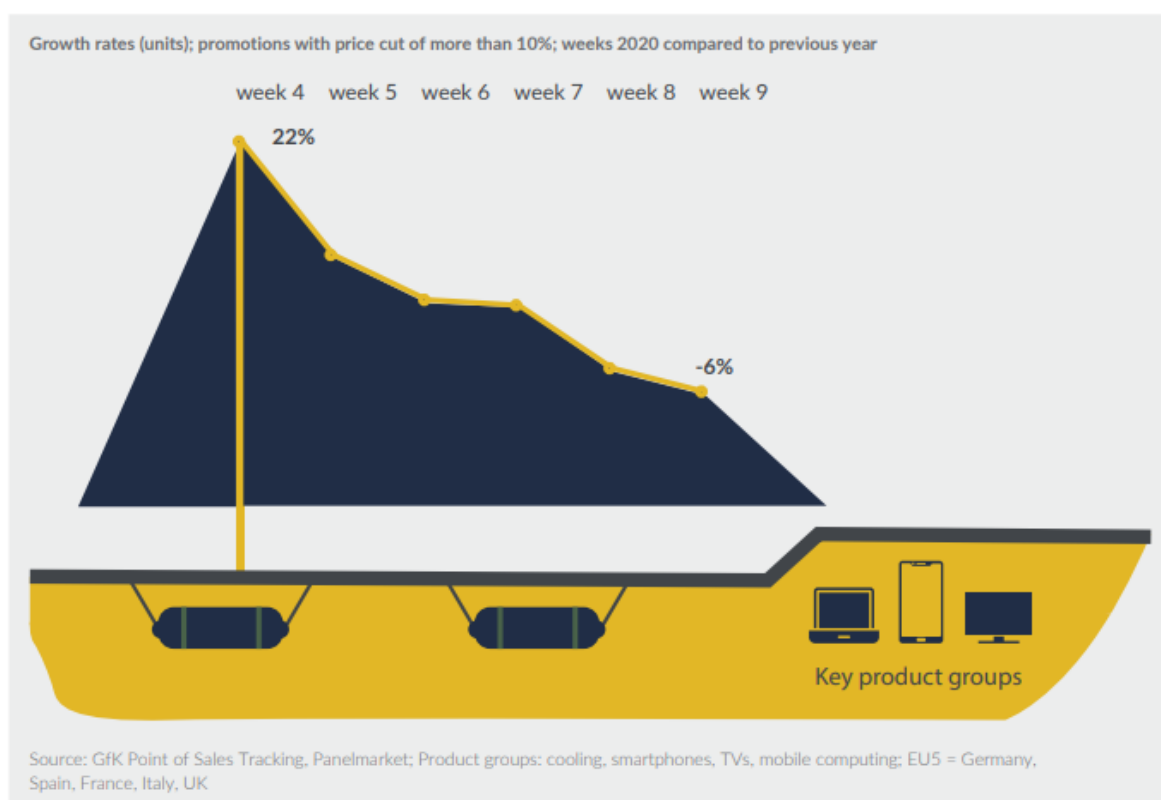
Si bien parece que lo peor ya pasó en China, la confianza en la economía aún es débil. Un tercio de los consumidores declara que disminuirá sus gastos en el corto plazo, especialmente en aquellos ítems de gran valor. Sin embargo, el 50% de los chinos cree que la economía se recuperará en el Q3 de 2020.

¿QUÉ HA OCURRIDO EN OTROS MERCADOS?

- La venta de refrigeradores en países como el Reino Unido ha aumentado dada la necesidad de las personas de abastecerse ante la cuarentena.

- Las **ventas online** estarían parcialmente compensando la caída de las ventas físicas.
- En las regiones menos afectadas, el desafío está siendo mantener el stock apropiado.
- Los retailers han respondido a posibles quiebres de stock **minimizando las promociones**, especialmente en productos como smartphones, computadores y televisores.

HOW THE CRISIS IMPACTS PROMOTIONS



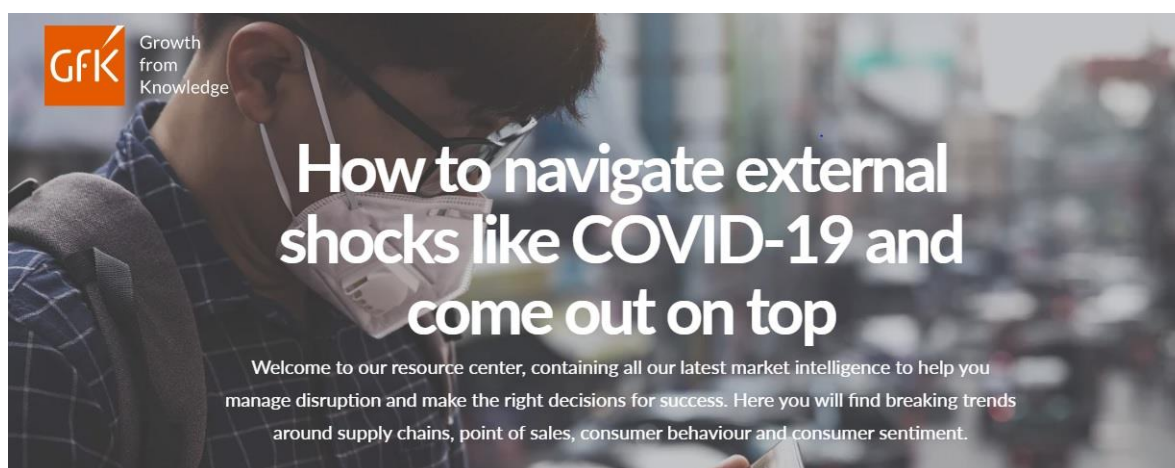
Hay una oportunidad interesante especialmente en **aquellas categorías de tecnología y bienes durables que pueden entregar un “alivio” en estos difíciles momentos que estamos viviendo**. Por ejemplo, las ventas de aire acondicionado aumentaron en la semana 9 en 40% en Japón y más del 10% en Italia.

CUATRO IMPACTOS EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

1. A PESAR DE QUE SE ESPERA UNA MEJORA EN Q3/Q4, EL IMPACTO EN EL AÑO SERÁ SIGNIFICATIVO. Las compras que se postergan podrían retomarse al finalizar el año, sin embargo, esto no mitigará lo ocurrido durante los primeros meses.
2. TODOS LOS MERCADOS Y MARCAS SE VERÁN AFECTADOS, NO SÓLO LOS CHINOS. La mayoría de las marcas recae fuertemente en ese país. Es posible esperar retrasos por falta de componentes o en los procesos de manufactura.

3. LAS CADENAS DE SUMINISTRO ENFRENTAN UN IMPORTANTE NÚMERO DE BARRERAS. La logística se verá impactada.
4. PAÍSES CON HISTORIA DE MANUFACTURA PODRÍAN VERSE BENEFICIADOS en la medida que los mercados buscan mayor diversificación, como Taiwán, India y Vietnam.

Para más detalles sobre toda la información relacionada con el COVID-19 generada por GfK a nivel global, te invitamos a revisar nuestro minisitio:



Si tienes dudas, contáctanos:

Catalina Correia

Directora de Marketing GfK Chile

 +56 9 63550201

 catalina.correia@gfk.com