

NUEVOS INSIGHT COVID-19

Estudio de las nuevas motivaciones
de compra en tiempos de COVID.

Introducción	p. 3
Ficha técnica	p. 4
Más de 40 insight en tiempos de Covid	p. 7
Equipo y Kártica	p. 55

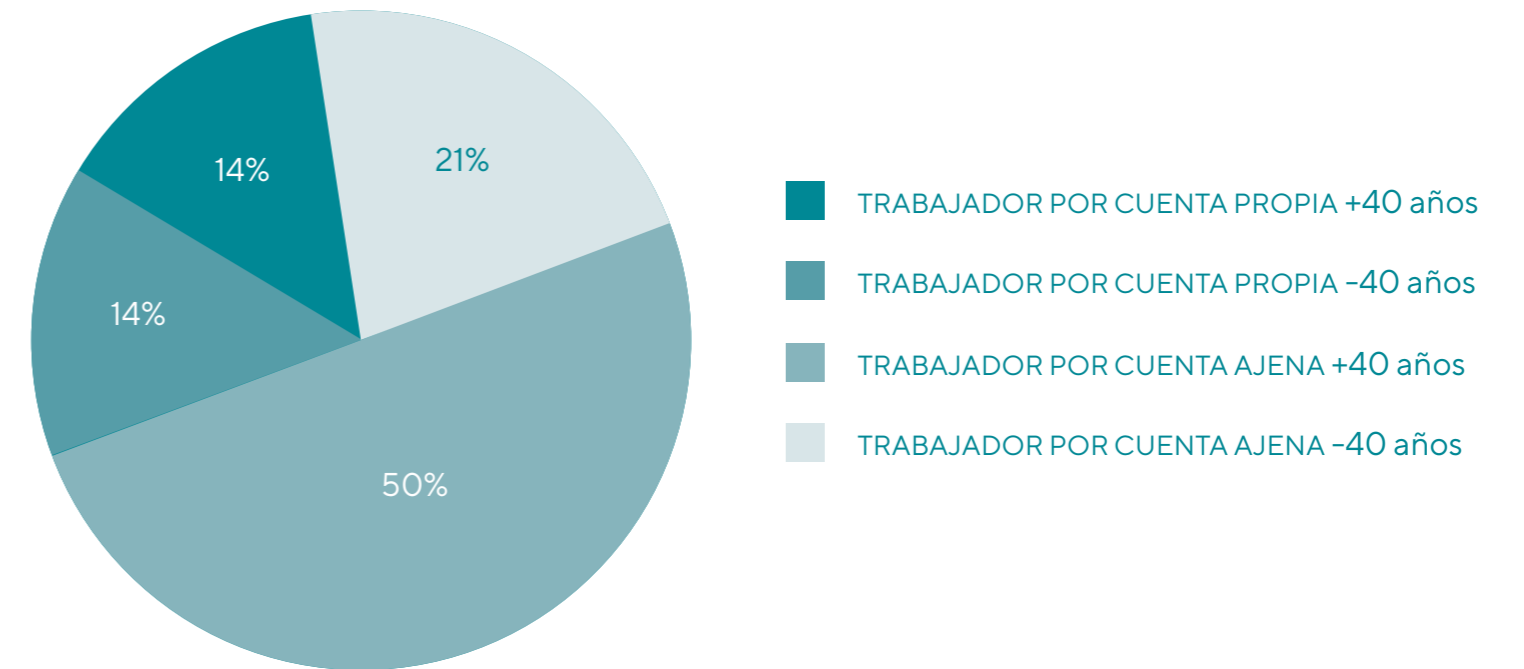
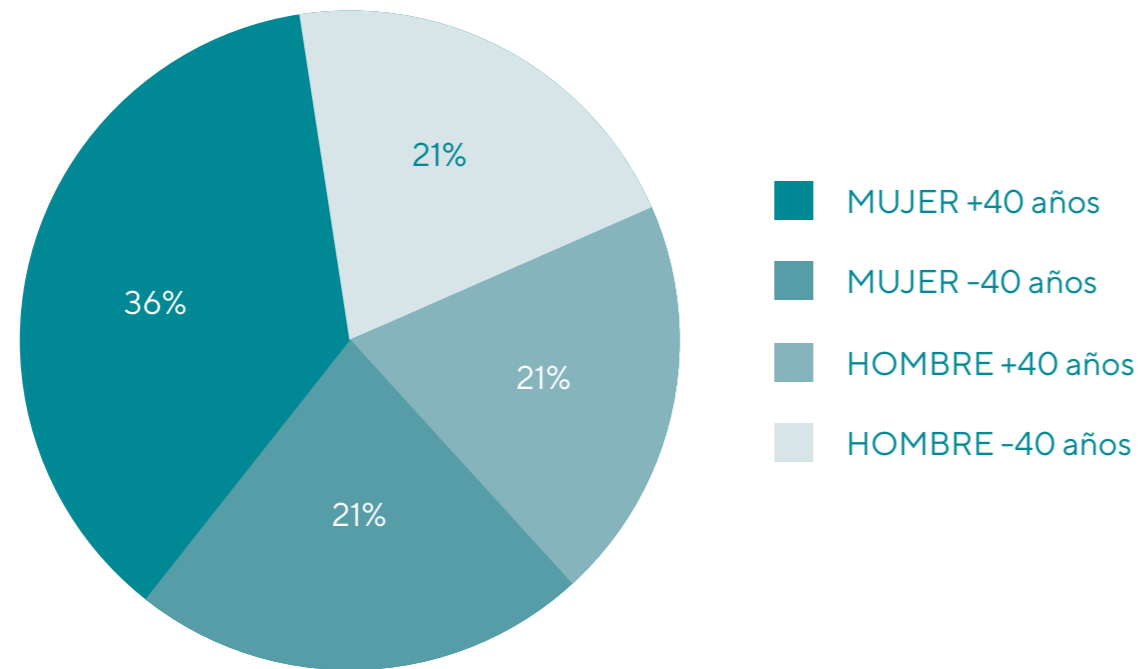
- En muchas ocasiones utilizamos la herramienta de **Focus Group**, para poder **conocer las motivaciones reales de compra de los consumidores**, sus insight y que opinan de una marca concreta. Pero esta vez, la situación requiere no hablar solo de una marca.
- Ahora lo interesante es saber **qué piensan los consumidores en este momento de confinamiento**, parálisis de las ventas y desescalada en **las categorías de Moda, Calzado y Home style**. Pero no solo esto, también queremos saber cómo van a reaccionar cuando, aun viviendo en estado de alarma, sepan con más certeza cuál va a ser su capacidad de movimiento **y que sucederá con la vuelta a esa falsa normalidad** donde todo volverá a una nueva y diferente realidad.
- Conocer estas motivaciones nos ayudará a saber **cómo tienen que comunicar las marcas en cada momento**, para no ser inoportunos, pero también para no reaccionar tarde.
- Vamos a basar las preguntas en informes que diferentes empresa de análisis de mercados han publicado muy recientemente, y los vamos a cruzar con **la verdad del consumidor, con motivaciones reales**, con sus insight, **sus tensiones, sus miedos, sus vivencias y sus creencias**.
- El resultado de esta sesión dará la llave para **que las marcas puedan entrar en las casas de los consumidores**, hablando el idioma de sus preocupaciones y no con el único objetivo de incrementar sus ventas.



FOCUS GROUP

METODOLOGÍA

Muestra cualitativa



METODOLOGÍA

Muestra cualitativa

UNIVERSO: hombres y mujeres de menos de 40 años y de más de 40 años, que están confinados en sus casas desde el primer día del estado de alarma por no pertenecer a ningún servicio de primera necesidad.

FECHA 1º Focus: 15/04/20

FECHA 2º Focus: 21/04/20

MUESTRA: 14 personas

ENFOQUE: Cualitativo

TÉCNICA: Focus Group

INSIGHT

Separados por tipología y por target:

INSIGHT DE CONSUMIDOR

- Cambio de la escala de valores
- Rápida movilización social
- Tele-trabajo
- Actitud de las marcas

INSIGHT DE CONFINAMIENTO

- ¿Como nos sentimos?
- El comercio electrónico
- Tiempo para la creatividad
- Récord de consumo de televisión

INSIGHT DE CATEGORÍA

- Menos es más
- Segunda mano
- La comodidad por encima de la formalidad



MÁS DE 40
INSIGHT EN
TIEMPOS
DE **COVID**

INSIGHTS
- 40 años

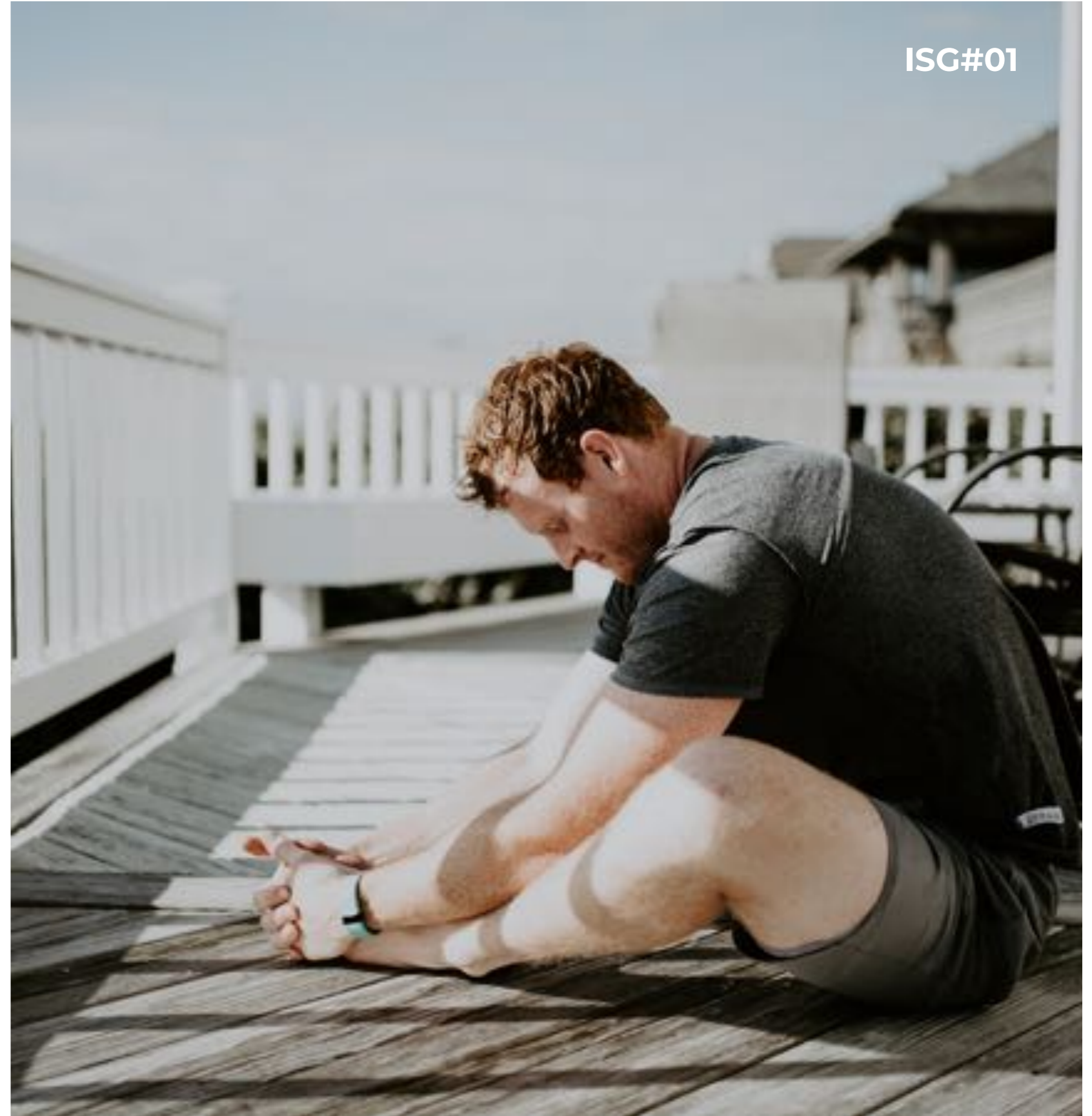
CAMBIO EN LA
ESCALA DE VALORES

FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

ME HE CONVERTIDO EN UN DEPORTISTA DE SALÓN.

Más que cuidar de mi salud física, el deporte está cuidando mi salud mental. Es mi principal aliado para sobrellevar este confinamiento.



CAMBIO EN LA
ESCALA DE VALORES

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

– 40 AÑOS

SI ES CONOCIDO, DOS VECES BUENO.

Cuando salga a comer o comprar, iré donde conozca al dueño o los empleados, porque eso me da seguridad y a la vez sentiré que estoy ayudando a gente que conozco.



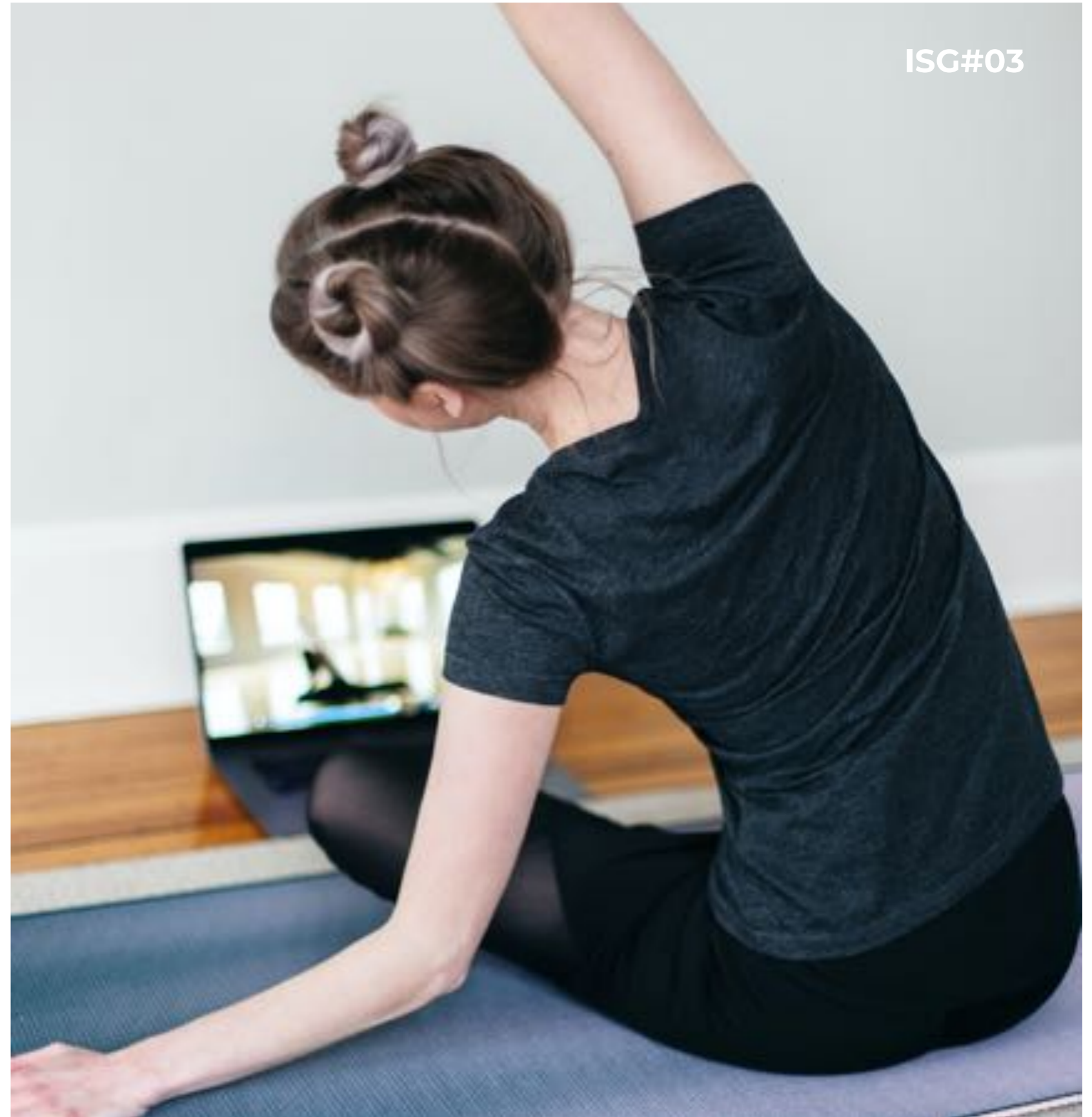
RÁPIDA MOVILIZACIÓN
SOCIAL

FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

EL DEPORTE ONLINE HA LLEGADO A MI VIDA PARA QUEDARSE.

Nunca me había imaginado la práctica de un deporte online, pero a partir de ahora siempre habrá un video o un tutorial que me ayude a mantenerme en forma con el poco tiempo que cuente.



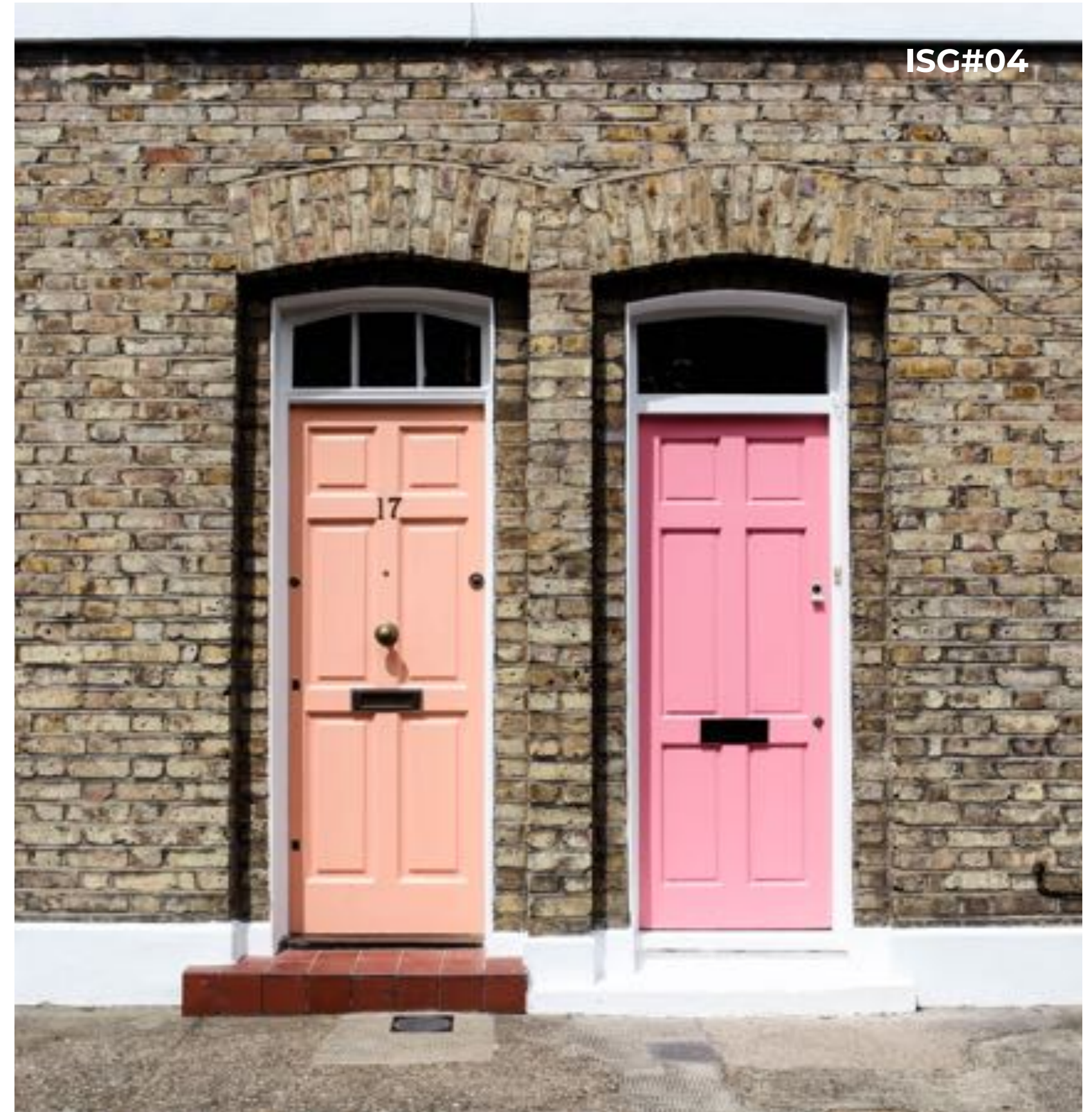
RÁPIDA MOVILIZACIÓN
SOCIAL

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

– 40 AÑOS

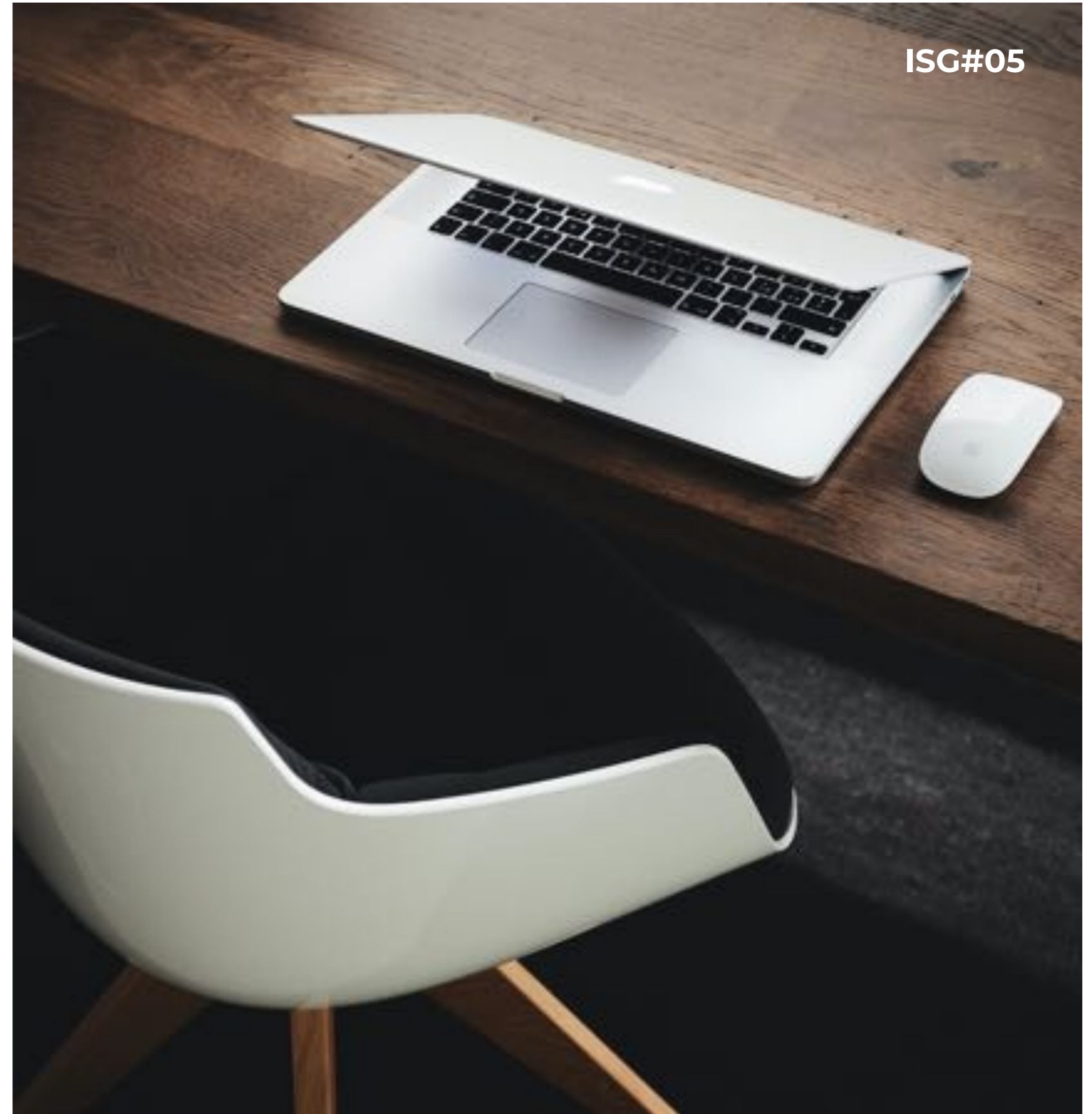
SIENTO MIEDO A PERDER LO GANADO.

El tiempo personal, el compartir en familia, el charlar con los vecinos, el aprender cosas nuevas, el dejar volar la imaginación, el sentido de responsabilidad y solidaridad... me aterra pensar que todo eso lo podemos perder con la rutina.



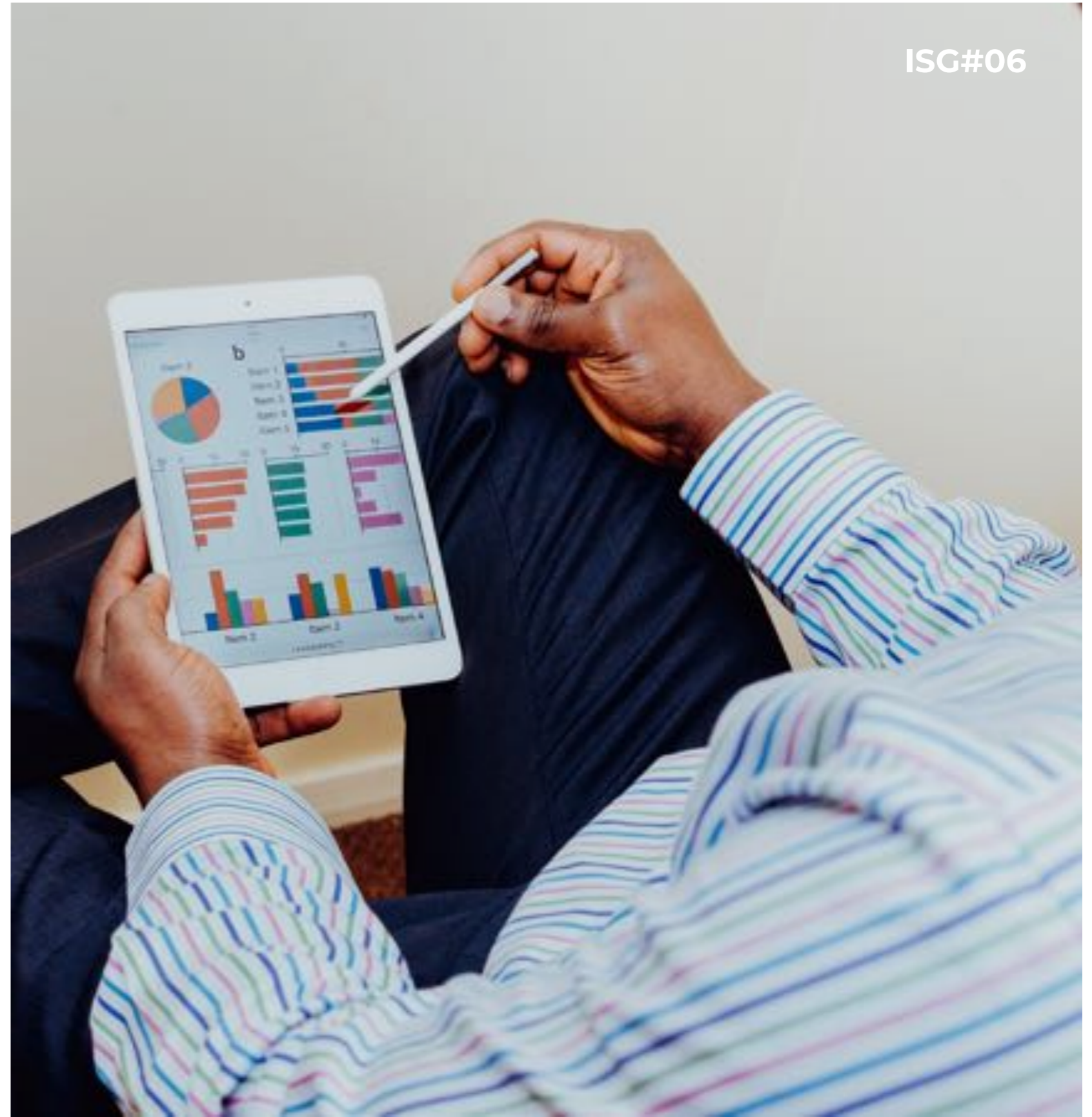
**TENGO QUE ORGANIZAR
MEJOR MI ESPACIO DE
TRABAJO, PORQUE PUEDE
QUE LO UTILICE MÁS DE LO
QUE IMAGINO.**

Necesito más muebles y un espacio específico para adaptar mi casa para teletrabajar a futuro.



EL TELETRABAJO HA DEJADO DE SER UNA UTOPIÍA.

Trabajadores, empresas y clientes nos hemos dado cuenta que es la fórmula del futuro y sobre todo, es posible!



ACTITUD DE
LAS MARCAS

FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

**NO HAY DUDAS QUE VAMOS
A CAMBIAR NUESTRA FORMA
DE COMPRAR. EN LUGAR DE
QUERER COMPRAR, VAMOS
A QUERER AYUDAR.**

Si podemos apoyar a las marcas y
comercios que ayudaron o que lo
necesitan, ahí estaremos.



**SIENTO QUE HABRÁ UN
CANIBALISMO DE ACCIONES
Y PROMOCIONES PARA
ATRAER CLIENTES.**

La gran mayoría de marcas saldrán a matar o morir luego del confinamiento para intentar salvar su economía.

Jay Clark



¿CÓMO NOS
SENTIMOS?

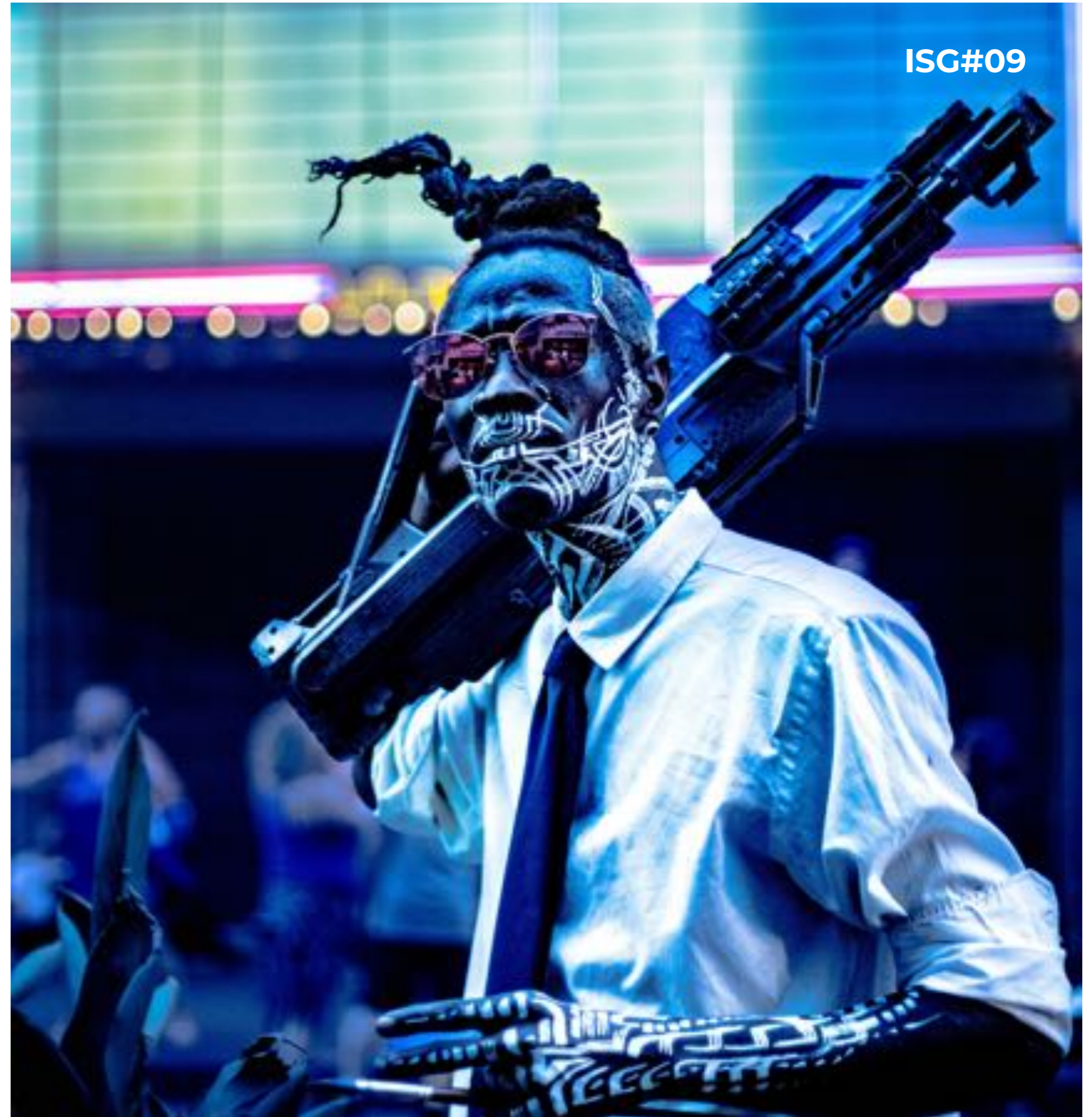
FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

SIENTO QUE VIVO EN UNA PELÍCULA DE CIENCIA FICCIÓN.

Es difícil asimilar todo lo que estamos
viviendo, antes solo existía en las
películas y aquí estamos siendo
protagonistas de una sin querer serlo.

ISG#09



¿CÓMO NOS
SENTIMOS?

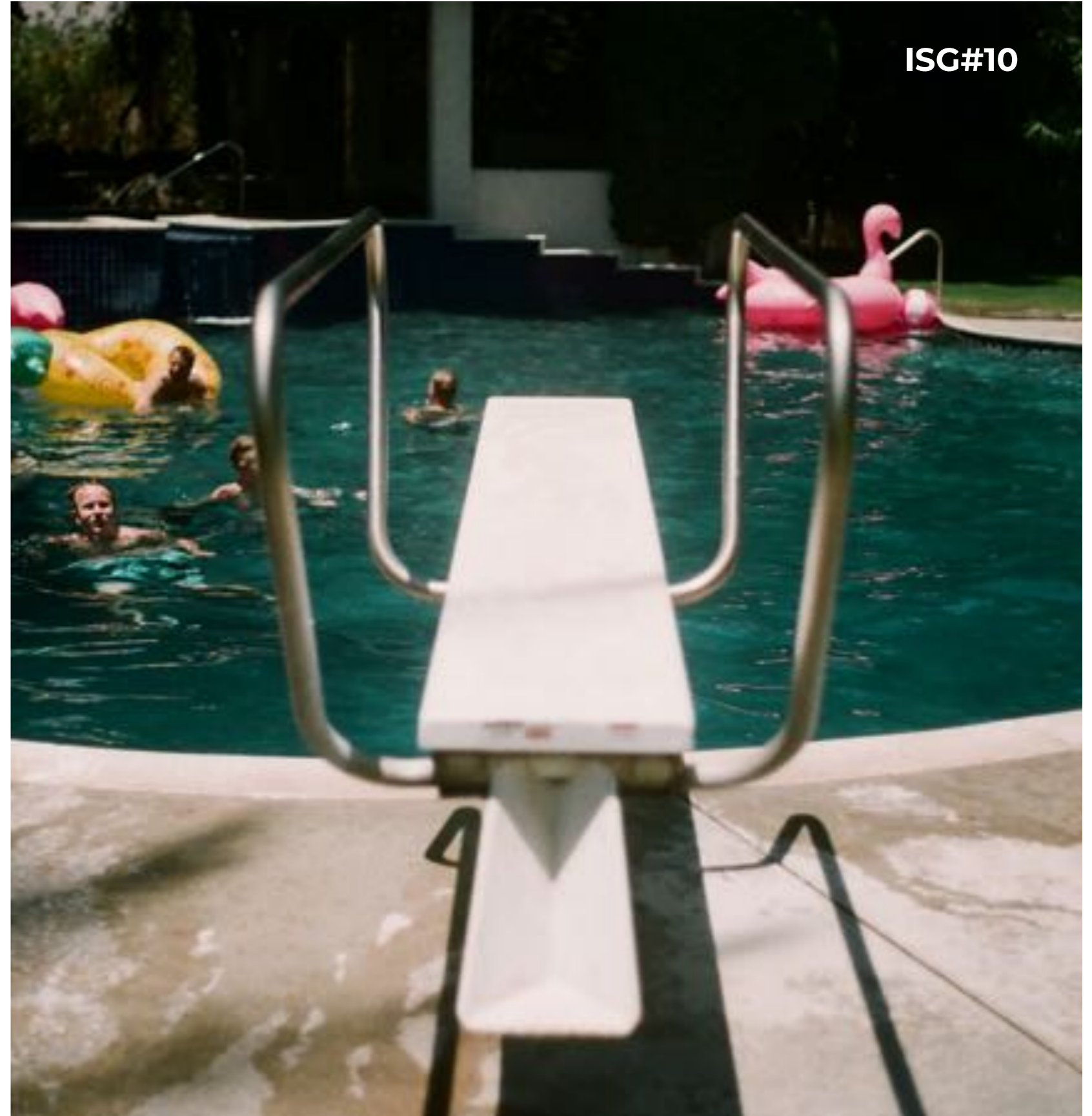
FASE DE
DESCONFINAMIENTO

– 40 AÑOS

**LA INCERTIDUMBRE ES
EL PRINCIPAL ENEMIGO
DE MIS PROYECTOS.**

Me siento con motivaciones de cambio y emprender nuevos proyectos pero el miedo a no saber qué viene, aumentan el riesgo de que no se cumplan mis expectativas.

ISG#10



EL COMERCIO
ELECTRÓNICO

FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

EL GASTO DE MIS SALIDAS LO HE CAMBIADO POR CAPRICHOS ONLINE.

Al no gastar en cosas que antes hacía, me permite tener un pequeño presupuesto para permitirme algún capricho.



ENCONTRARÉ CHOLLOS CUANDO SALGAMOS DE LA CUARENTENA.

Quiero esperar al momento en el que necesiten vender el stock que no han vendido, y así poder comprar todo a mejor precio.

Daniel von Appen



TIEMPO PARA LA
CREATIVIDAD

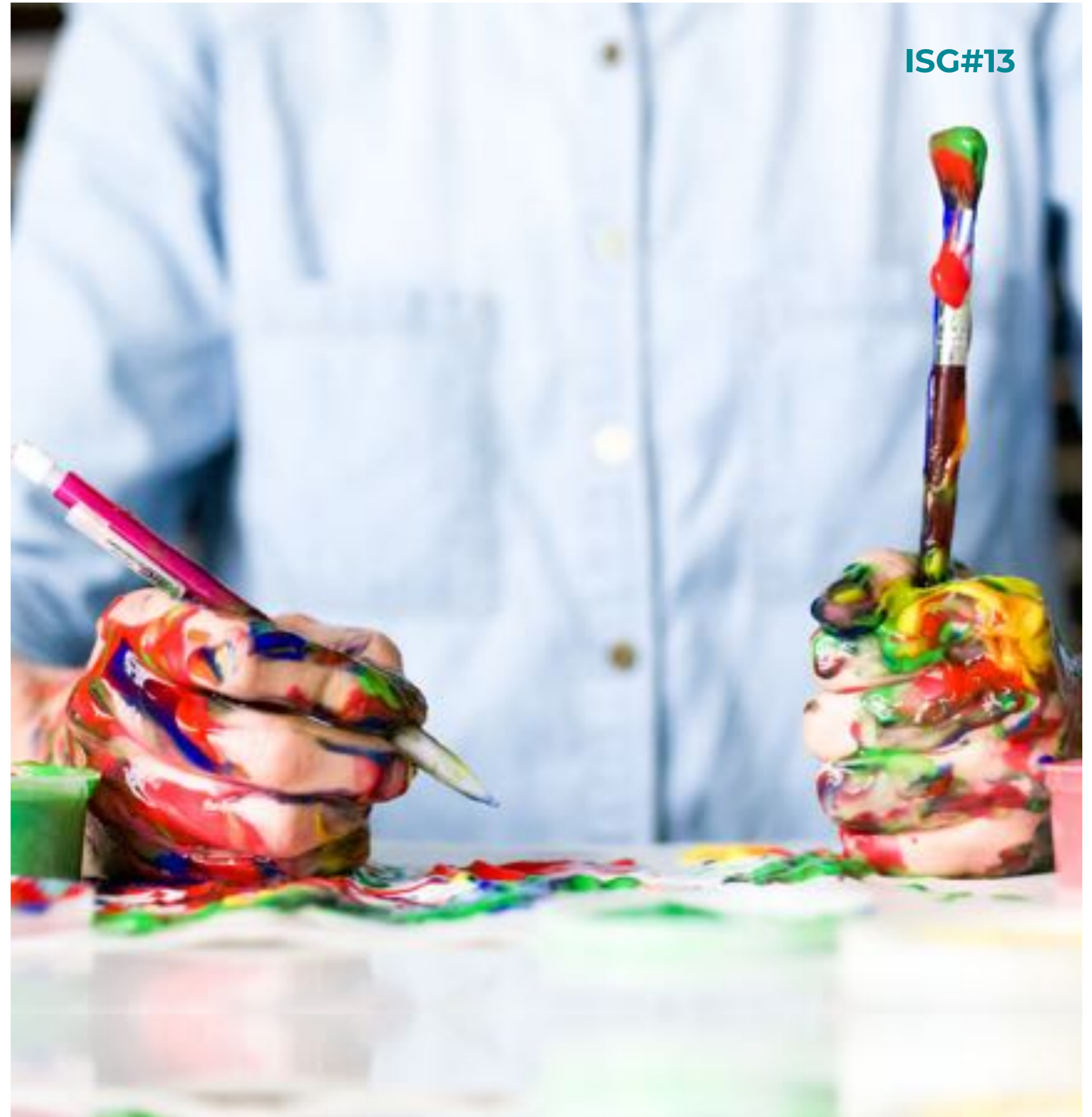
FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

AHORA TENGO TIEMPO, AHORA SOY CREATIVO.

Hemos encontrado tiempo para “alimentarnos” de nuevos estímulos que nos ayudan a extrapolar ese sentimiento de ser creativo o de desconexión a desarrollar nuestro trabajo mejor o usar esa creatividad para buscar nuevas soluciones.

ISG#13



TIEMPO PARA LA
CREATIVIDAD

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

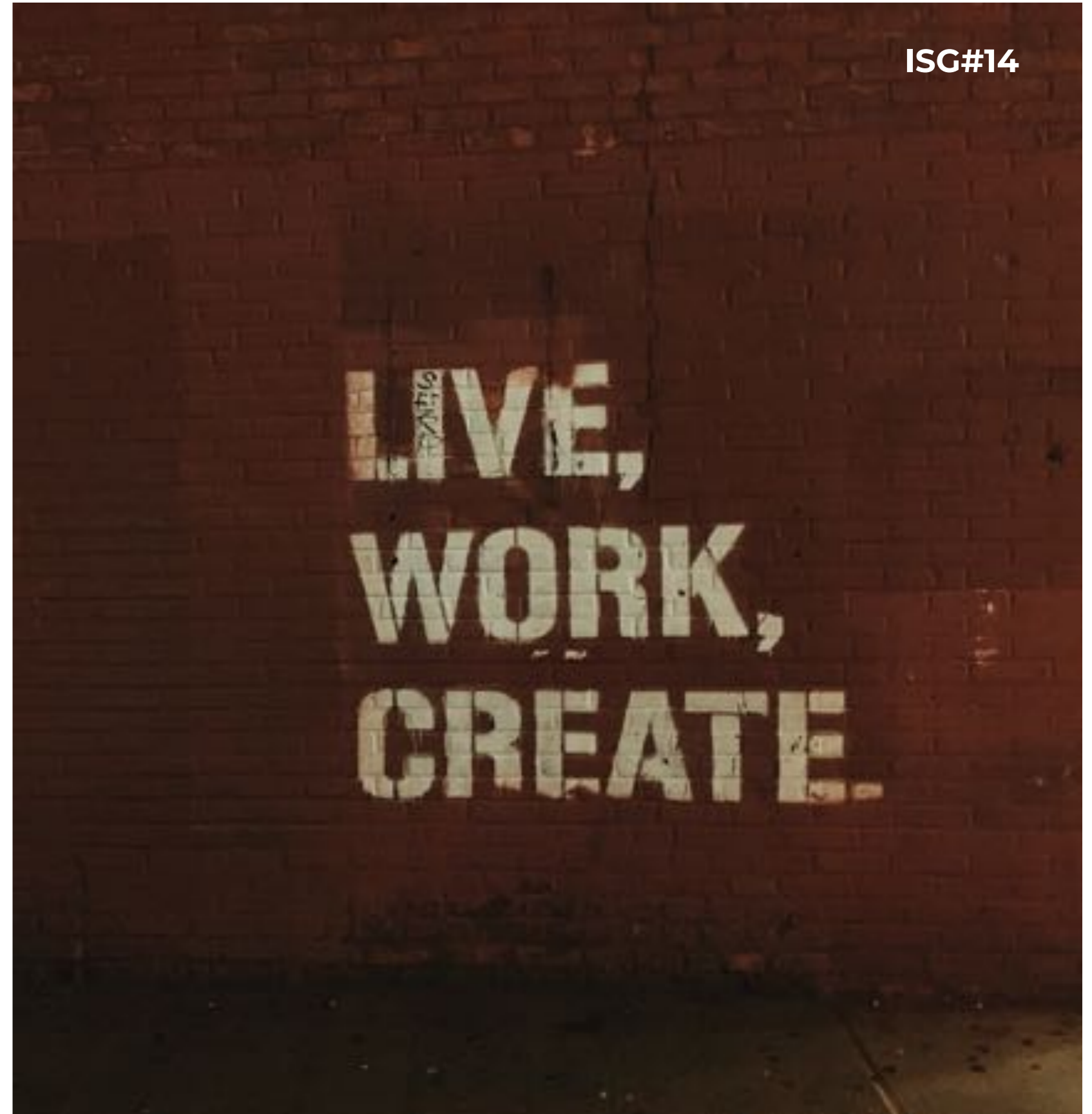
– 40 AÑOS

ISG#14

APLICO LA CREATIVIDAD PARA REINVENTARME A MI MISMO.

Hay un antes y un después del coronavirus, por eso debo renovar mi forma de ver las cosas y para ello nada mejor que ocupar esa creatividad adquirida en mi mismo.

Jon Tyson



RECORD EN
CONSUMO DE TV

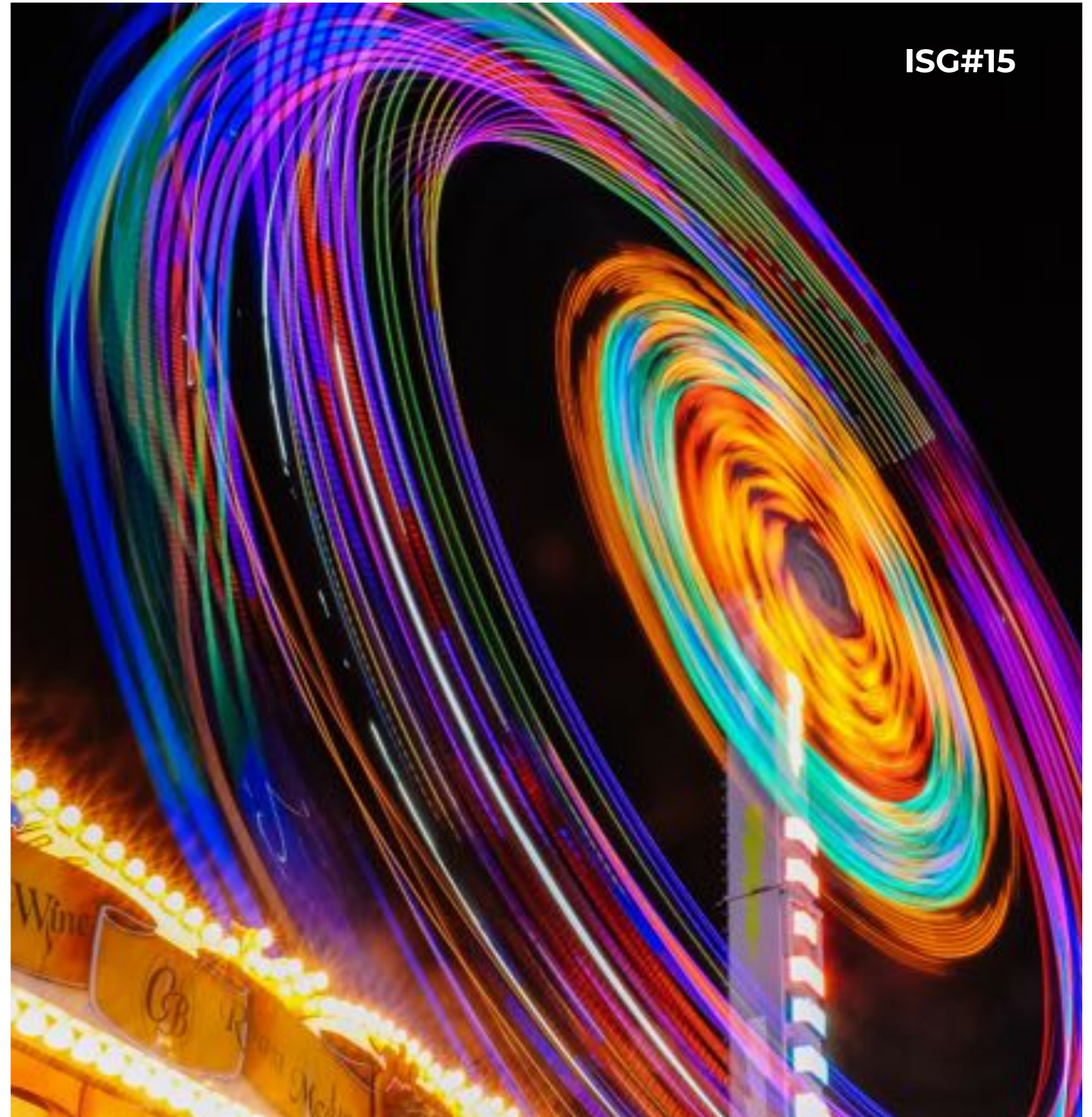
FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

ME ESTOY SATURANDO DE ENTRETENIMIENTO.

Hemos pasado de no tener tiempo para ver la tele a no saber ya que ver en la tele. Me he dado cuenta que no quedan estrenos que no me haya visto.

ISG#15



RECORD EN
CONSUMO DE TV

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

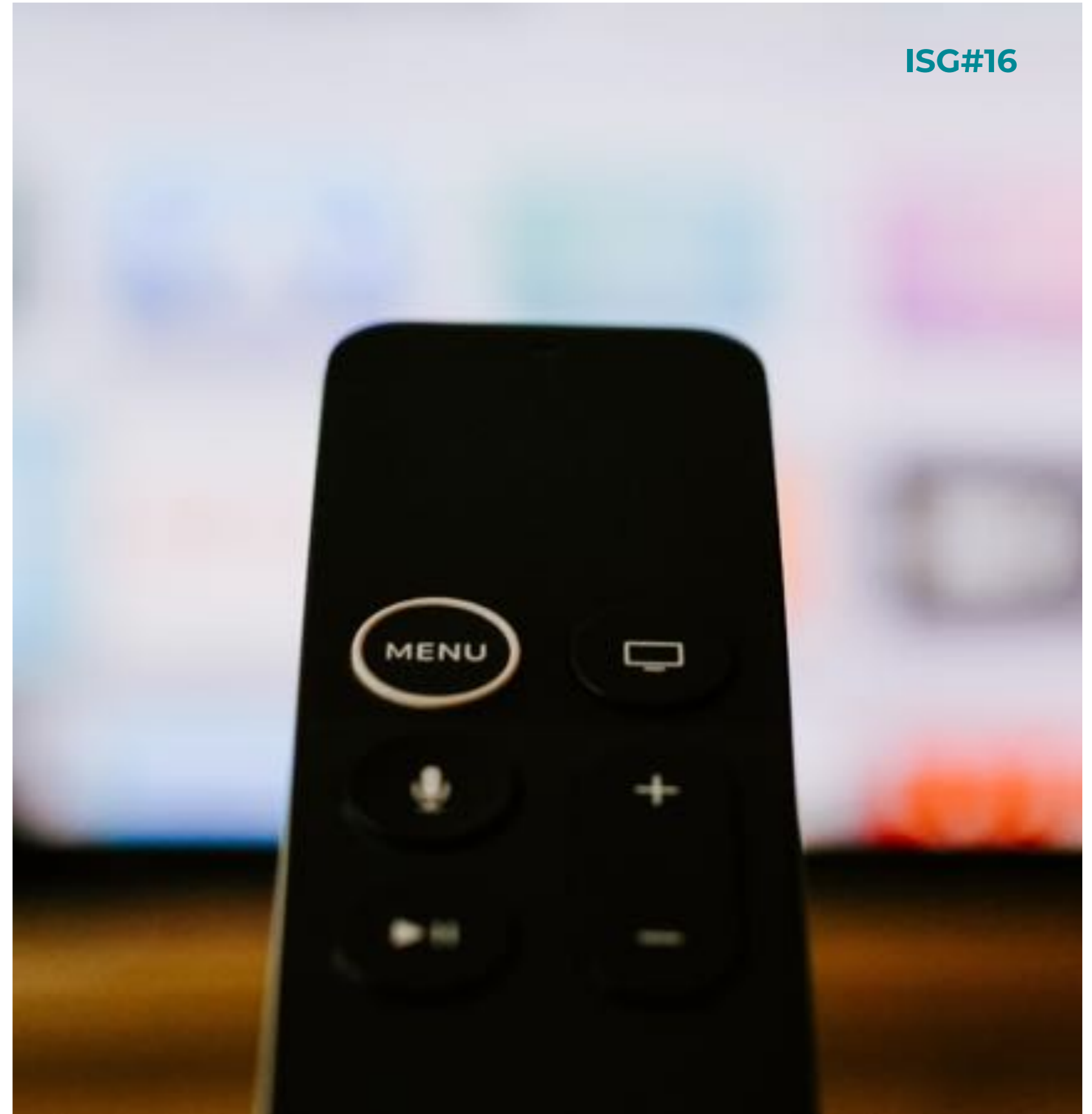
– 40 AÑOS

ISG#16

MI PALADAR AUDIOVISUAL SE VOLVERÁ MÁS EXIGENTE.

Regresaré a la selectividad de contenidos a la hora de escoger los programas, películas o series, porque tendré menos tiempo para ver la televisión.

Kelly Sikkema



MENOS ES MÁS

FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

**NO QUIERO MÁS
MODA HASTA QUE
SEA COMPLETAMENTE
NECESARIA.**

He reducido al 100% el consumo en moda porque no tengo la necesidad de socializar. Mientras tanto tengo de sobra con lo que ya tengo.

ISG#17



MENOS ES MÁS

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

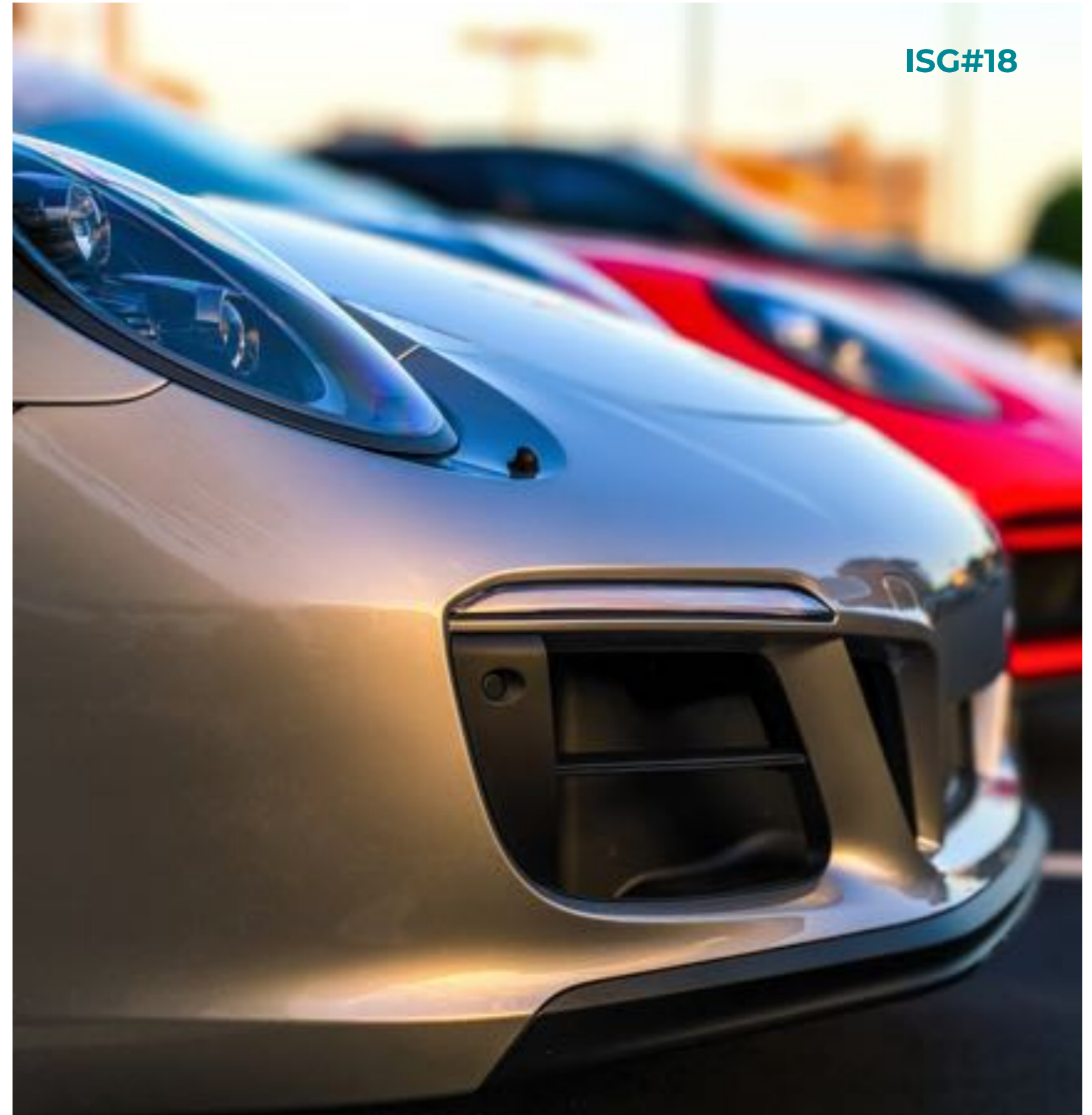
– 40 AÑOS

ISG#18

**AL NO HACER GASTOS
SUPERFLUOS, COMPRARÉ
LO CARO.**

Ahorrar en cosas que no son necesarias,
me permitirá ahorrar lo suficiente para
poder adquirir las cosas que antes me
privaba.

Obi Onyeador



SEGUNDA MANO

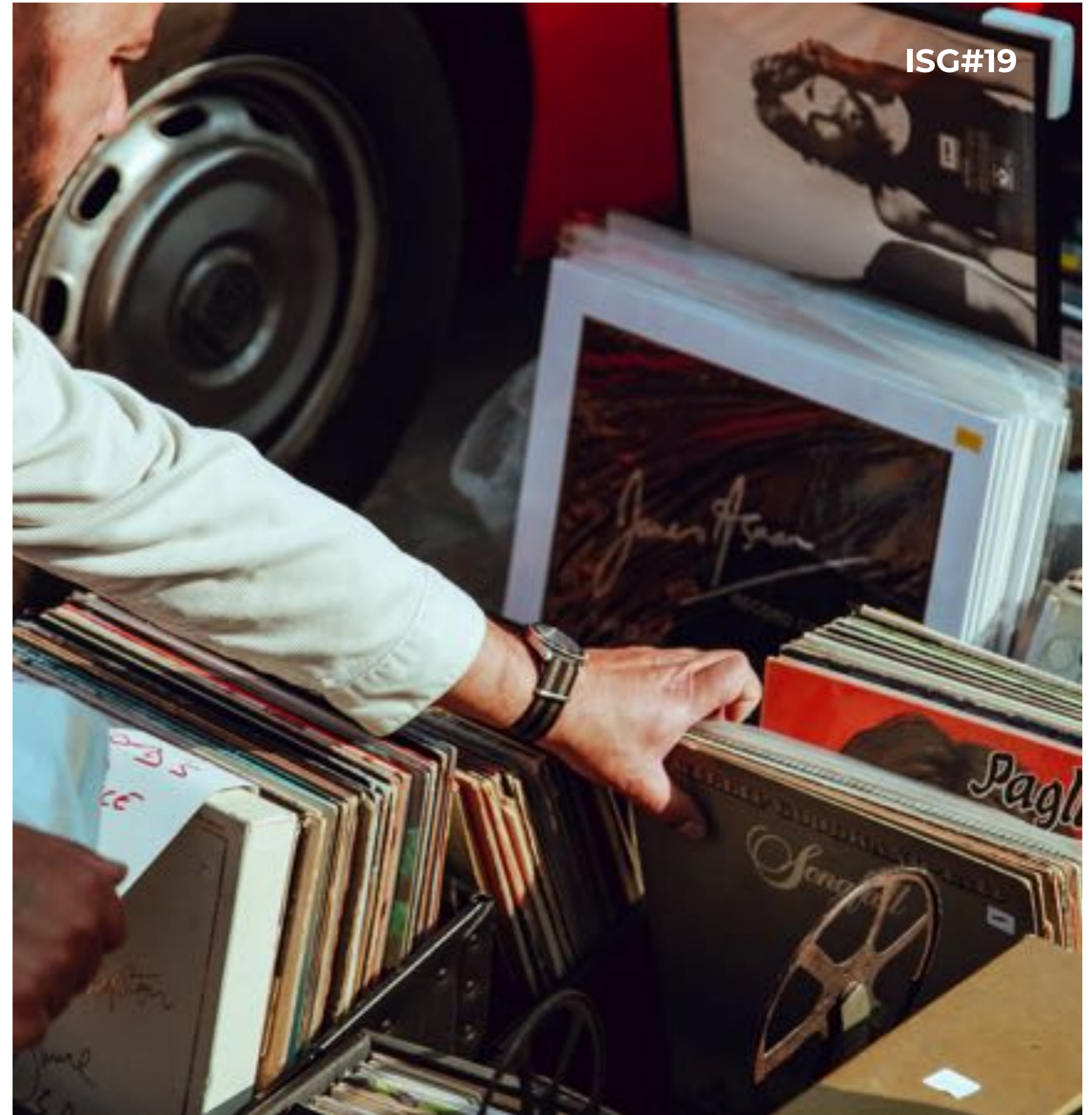
FASE DE
DESESCALADA

– 40 AÑOS

**NO COMPRARÍA DE
SEGUNDA MANO, PERO
SI VENDERÍA TODO LO
QUE TENGO.**

Después de ver la cantidad de cosas que tengo y no uso, voy a necesitar hacer limpieza, vender de segunda mano todo lo que pueda y así también ayudar a mi economía.

Clem Onajeghuo



NUEVOS
INSIGHT
COVID-19

MENOS ES MÁS

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

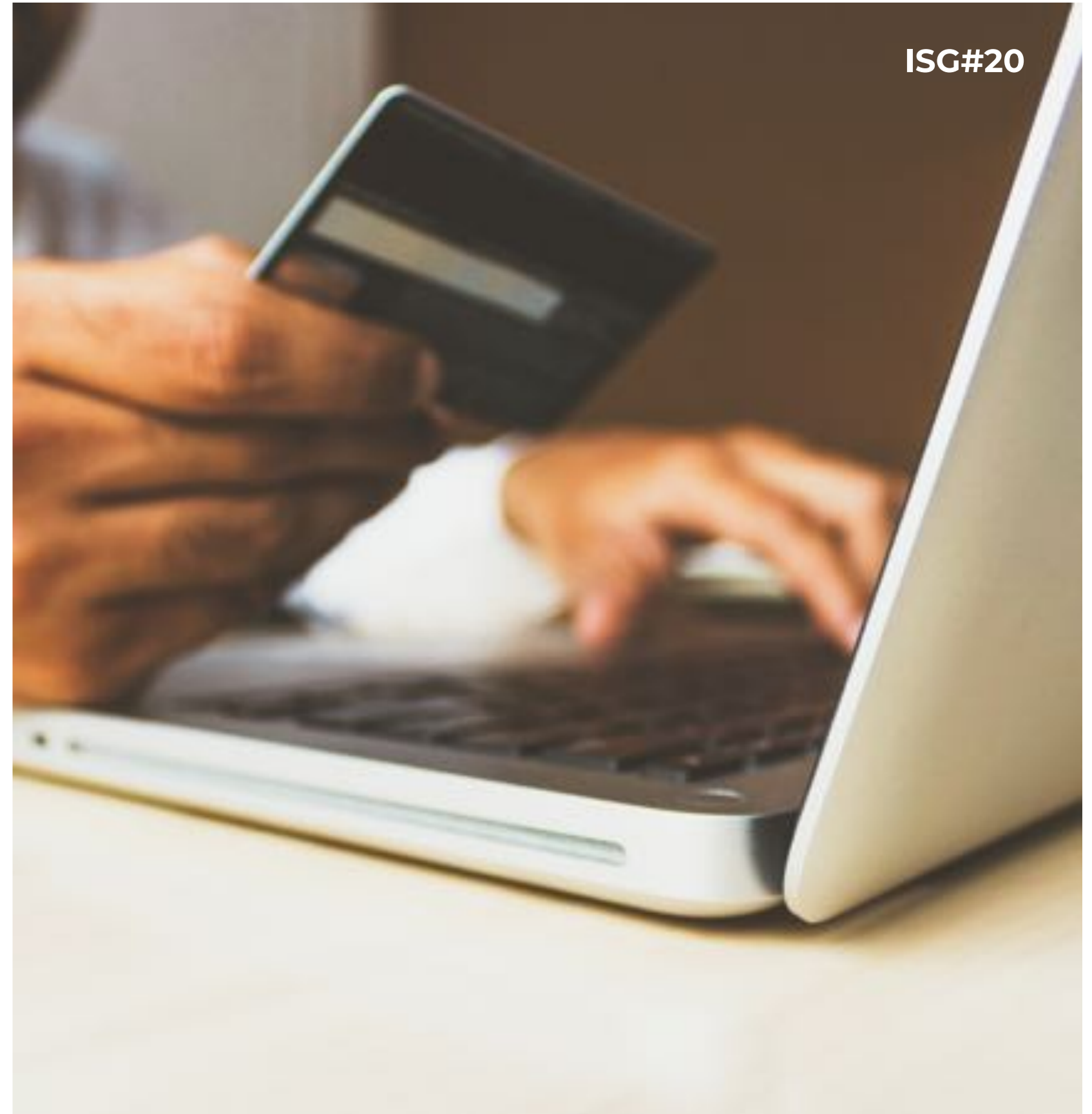
– 40 AÑOS

**EXPRIMIRÉ AL MÁXIMO
WALLAPOP Y TODAS LAS
APP SIMILARES.**

Después de ver todo lo que no uso,
venderé todo lo que no necesito y
así poder adquirir buenos chollos de
segunda mano.

ISG#20

rupixen.com



LA COMODIDAD
POR ENCIMA DE LA
FORMALIDAD

FASE DE
DESESCALADA

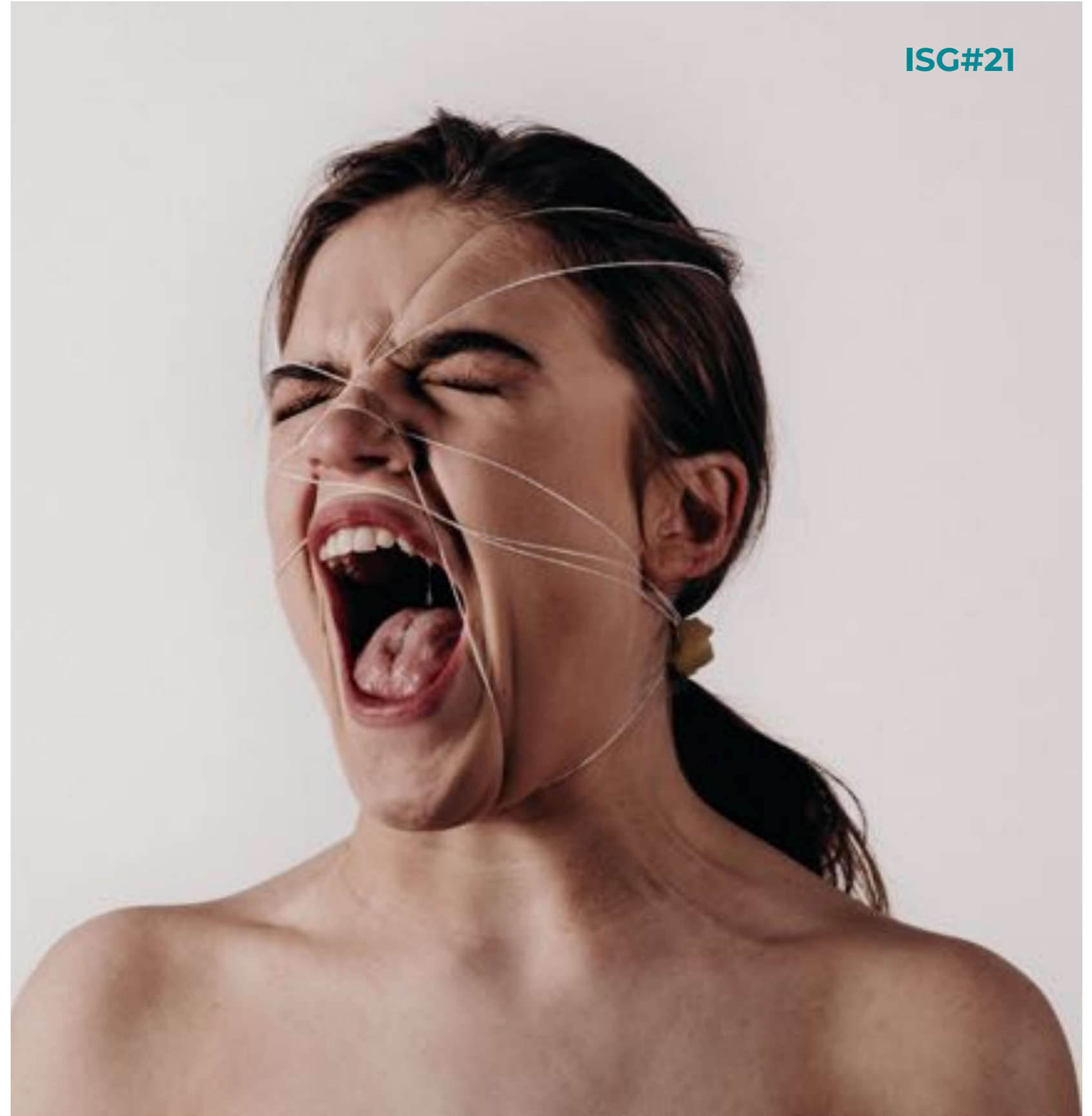
– 40 AÑOS

ISG#21

**ME HE DADO CUENTA QUE
TENGO ROPA REALMENTE
“INCÓMODA”.**

Después de todo esto sé que hay prendas que jamás volveré a utilizar, no puedo entender cómo era capaz de castigarme a mi misma utilizando algo solo por imagen.

Noah Buscher



LA COMODIDAD
POR ENCIMA DE LA
FORMALIDAD

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

– 40 AÑOS

ESTAR INCÓMODO SERÁ UNA ELECCIÓN.

La comodidad es maravillosa, de eso no hay dudas, tal vez hasta se vuelva la nueva normalidad y eso hará que haya gente que siga eligiendo usar cosas incómodas porque su imagen les haga sentir mejor que su bienestar.



INSIGHTS
+ 40 años

CAMBIO EN LA
ESCALA DE VALORES

FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

ISG#23

HE TENIDO TIEMPO DE CONOCER DE VERDAD A MI FAMILIA.

Viviendo momentos más profundos,
teniendo conversaciones que hace años no
tenía. Me estaba perdiendo de muchas cosas
importantes sin saberlo.

Alexander Dummer



CAMBIO EN LA
ESCALA DE VALORES

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

+ 40 AÑOS

ISG#24

QUIERO CONSENTIRME Y CONSENTIR A MIS SERES QUERIDOS.

Por haber pasado todo esto, siento que tanto yo como mis seres queridos debemos ser premiados y por ello nos merecemos darnos algún capricho.

freestocks



RÁPIDA MOVILIZACIÓN
SOCIAL

FASE DE
DEESCALADA

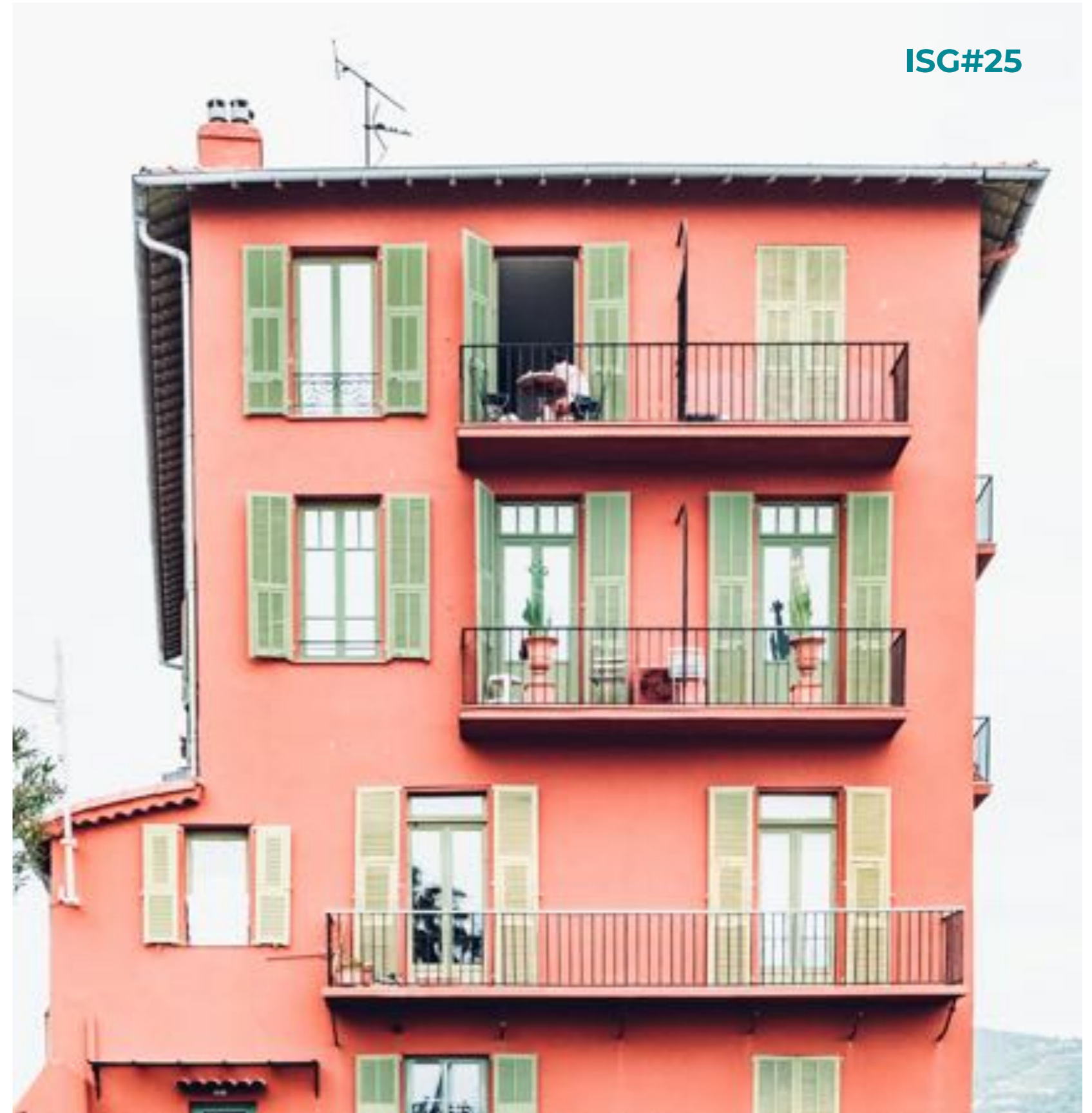
+ 40 AÑOS

ISG#25

HOY CONOZCO A TODOS MIS VECINOS Y SON MEJORES DE LO QUE PENSABA.

Tengo la creencia que si no hubiera sido por esta situación no conocería a mis vecinos como los conozco ahora.

Robin Benzrihem



RÁPIDA MOVILIZACIÓN
SOCIAL

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

+ 40 AÑOS

MI BARRIO SE HA CONVERTIDO EN UN ENTORNO MÁS SOCIAL.

Ha recuperado los valores y las relaciones de antaño. Ahora nos conocemos y nos preocupamos más por nuestros vecinos, esto hace que recuerde cómo mis padres me contaban que era todo en su época.



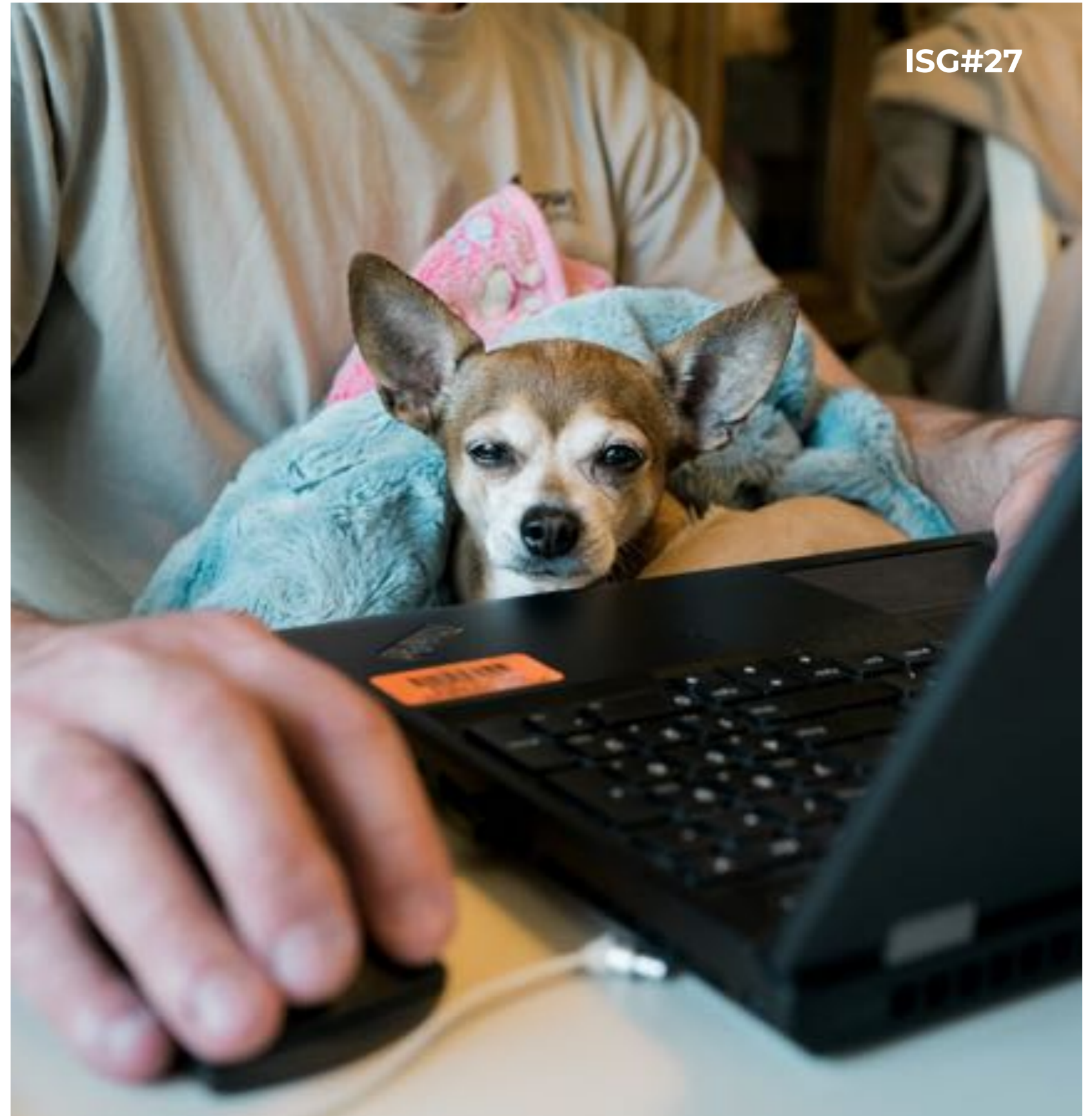
TELETRABAJO

FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

CREAMOS ESPACIOS COMPATIBLES CON EL TRABAJO Y LA FAMILIA.

La necesidad de teletrabajar me ha hecho buscar un espacio de trabajo, donde al mismo tiempo pueda controlar y cuidar a mis hijos, y apto para que se puedan entretener.



**MI MAYOR DESAFÍO
SERÁ CREAR UNA NUEVA
RUTINA Y NO VOLVER A
LA ANTERIOR.**

El ajuste de horarios, la conciliación familiar y personal, son cosas que tendremos que replantearnos al dejar el teletrabajo.



ACTITUD DE
LAS MARCAS

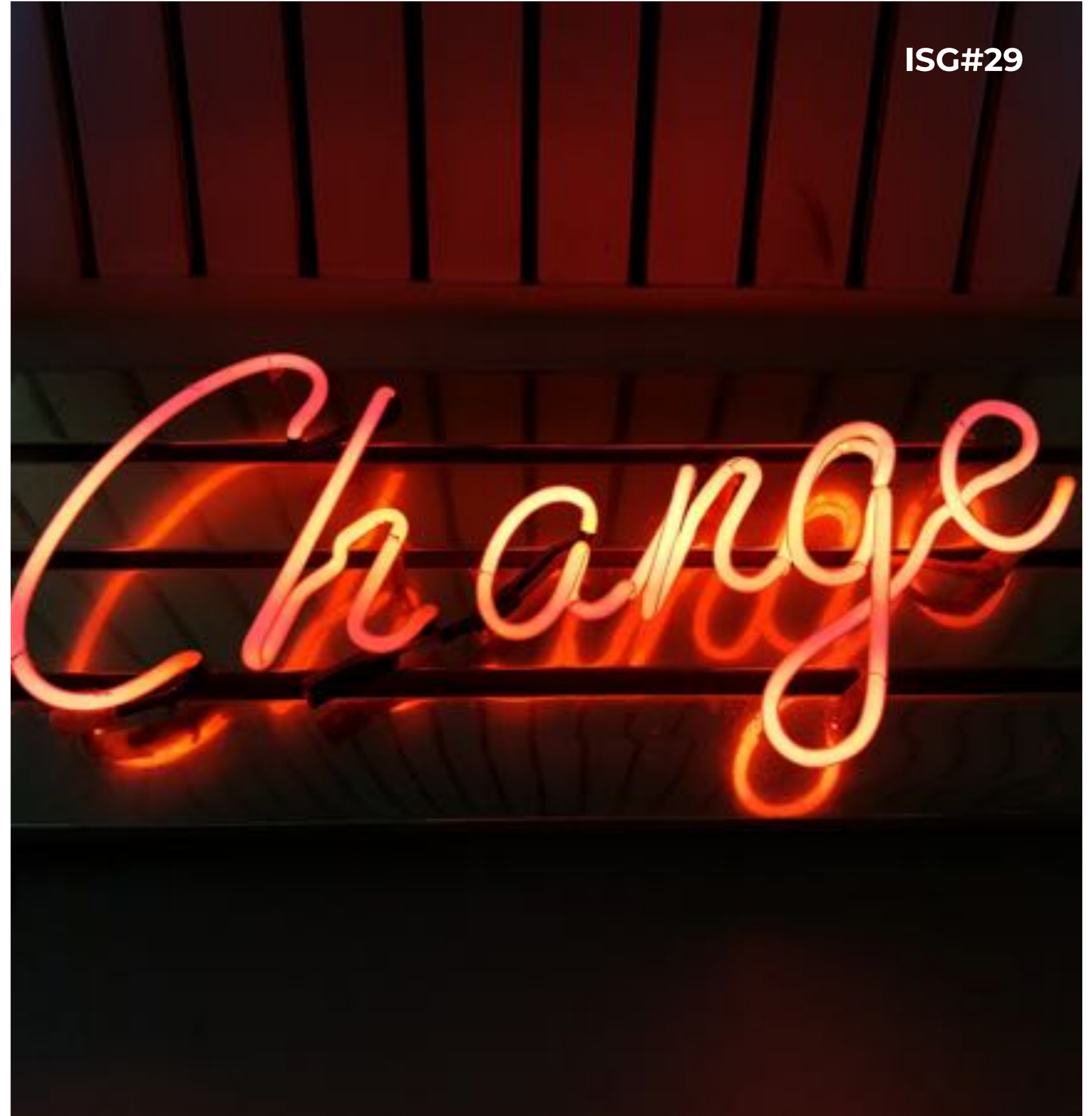
FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

**TENGO LA ESPERANZA
DEL FUTURO, QUE ANTES
NO TENÍA.**

La sociedad me ha sorprendido para bien,
creo que hay una oportunidad de aprender
de esto y hacer bien las cosas en el futuro.

ISG#29

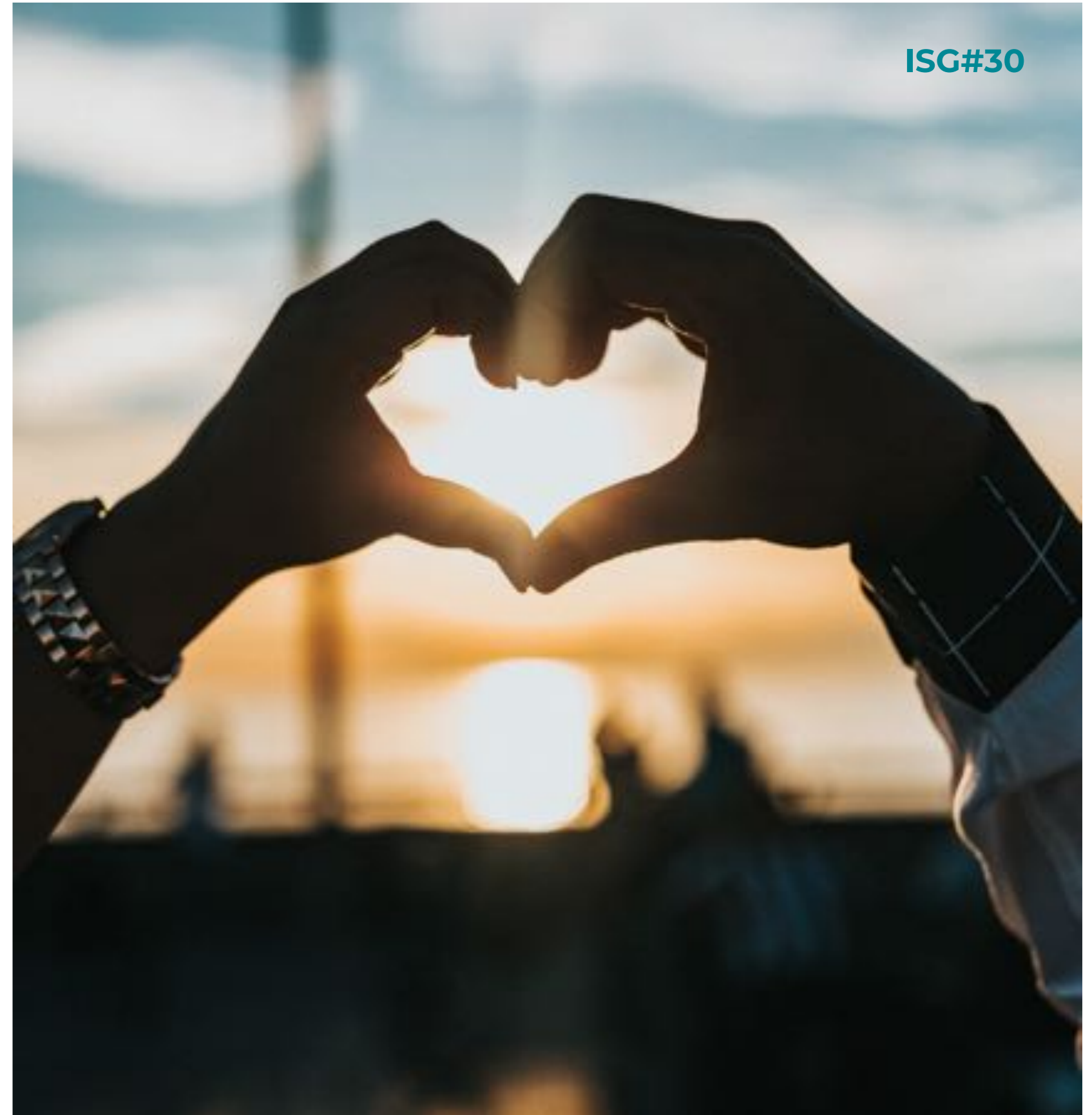


Ross Findon

**NO SÉ SI ME ENCONTRARÉ
CON LA HUMANIDAD DE
ANTES O DE DURANTE EL
CONFINAMIENTO.**

Siento un gran miedo y desconfianza al mismo ser humano, hay cosas muy valiosas que se han ganado en este confinamiento y temo que las perdamos u olvidemos muy rápidamente para volver a la normalidad de hacer mal las cosas.

Tyler Nix



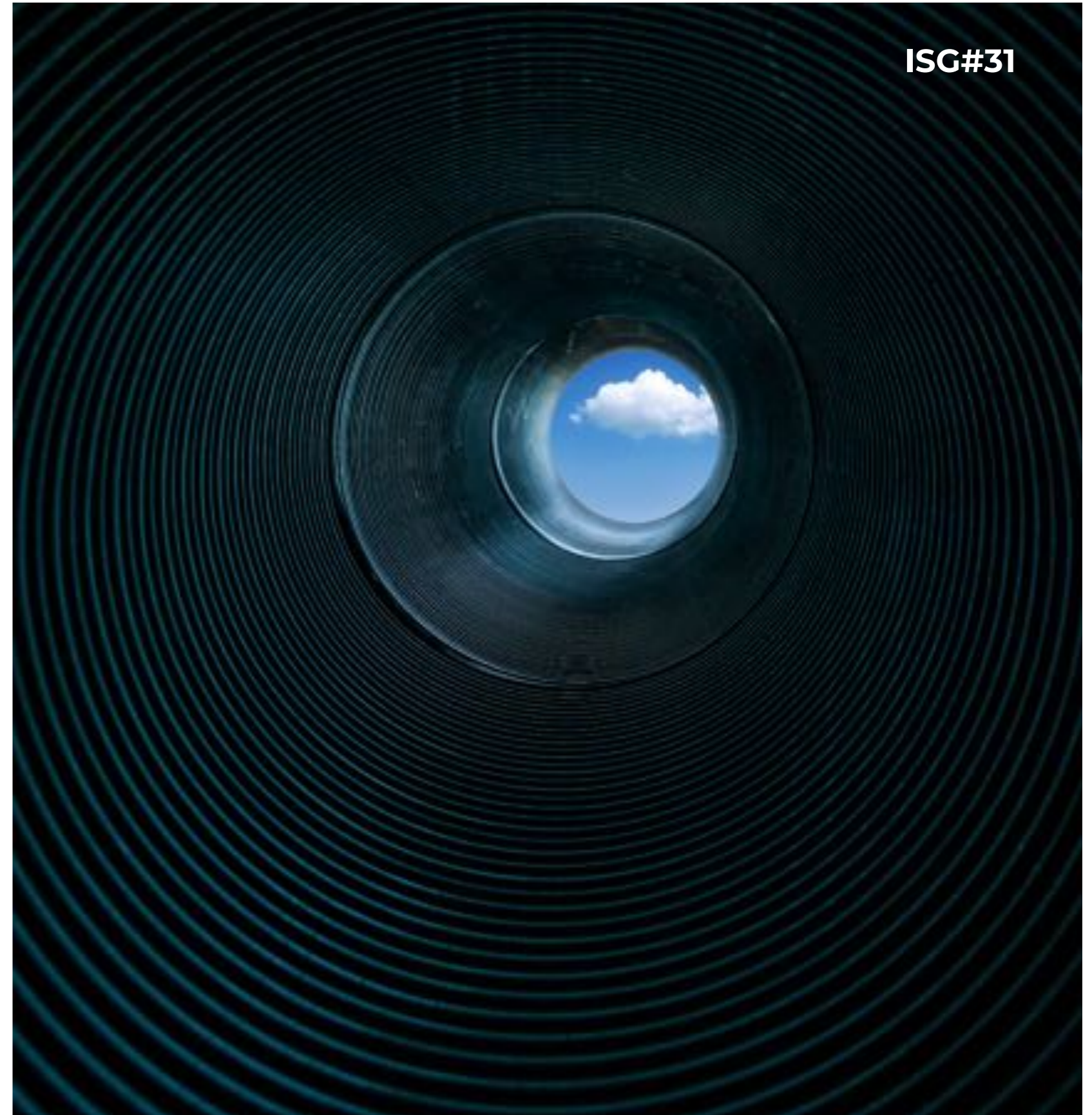
¿CÓMO NOS
SENTIMOS?

FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

**NO SÉ SI TENGO
MÁS MIEDO A LA
CUARENTENA O A
SALIR DE ELLA.**

Parece que ya se ve la luz al final del túnel, pero no sé qué me da más miedo, si seguir en el túnel o lo que nos espera fuera.



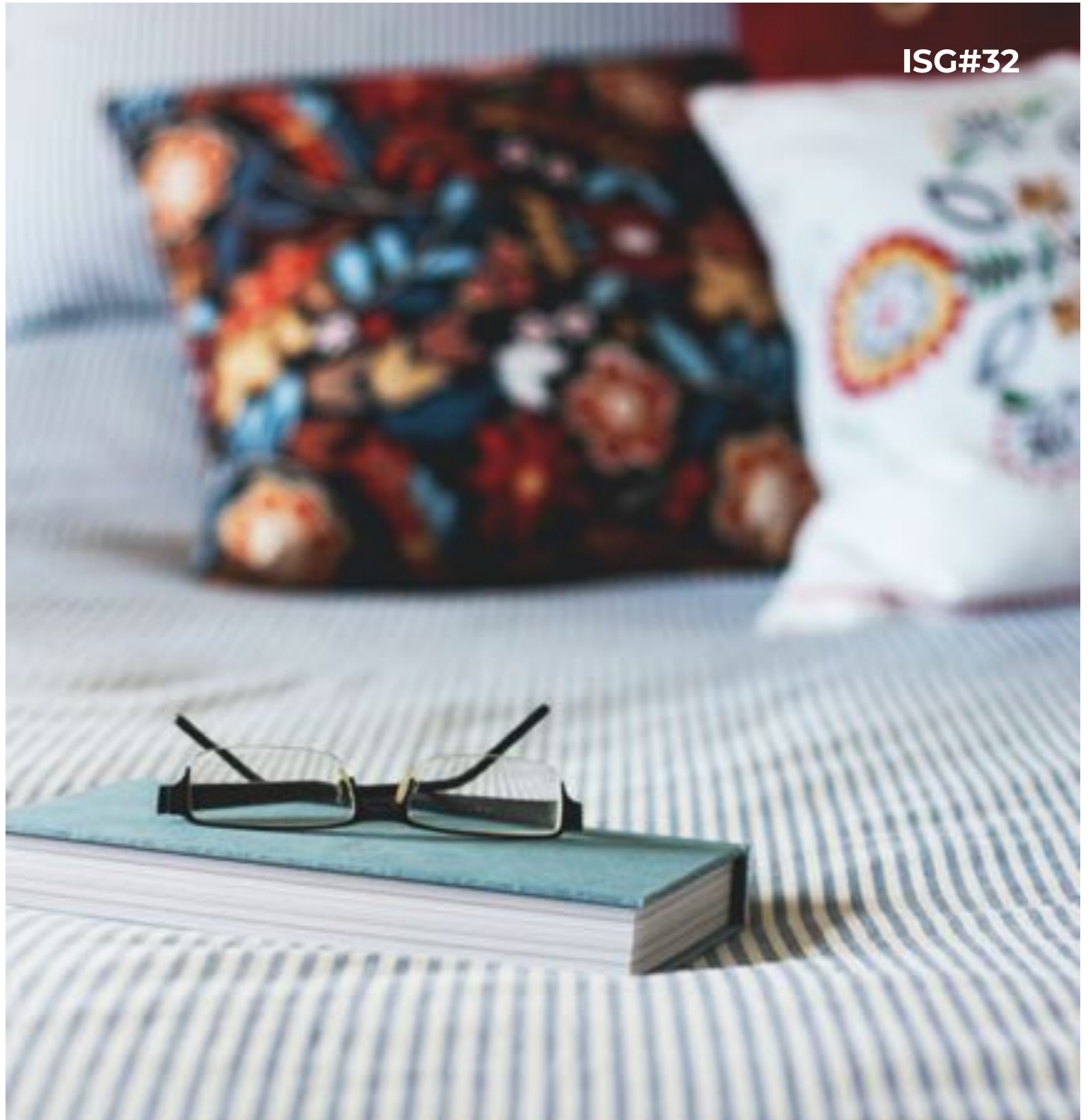
¿CÓMO NOS
SENTIMOS?

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

+ 40 AÑOS

ECHARÉ DE MENOS LA TRANQUILIDAD DE ESTAR CONFINADO.

Soy consciente que el encierro ha sido muy duro, pero creo que al salir nuevamente extrañaré la tranquilidad y la seguridad que me brindaba mi casa.



**CADA VEZ QUE ME LLEGA
UN MENSAJERO CON
UN PAQUETE, VUELO A
ECHARLE ALCOHOL.**

Me encanta comprar y que me lleguen mis pedidos, pero la seguridad y la higiene son lo primero.



YA NO TENGO MIEDO A LAS COMPRAS ONLINE.

Esta situación me ha dado el empujón que necesitaba para poder confiar en este sistema que para mi será algo normal a partir de ahora.



TIEMPO PARA LA
CREATIVIDAD

FASE DE
DESESCALADA

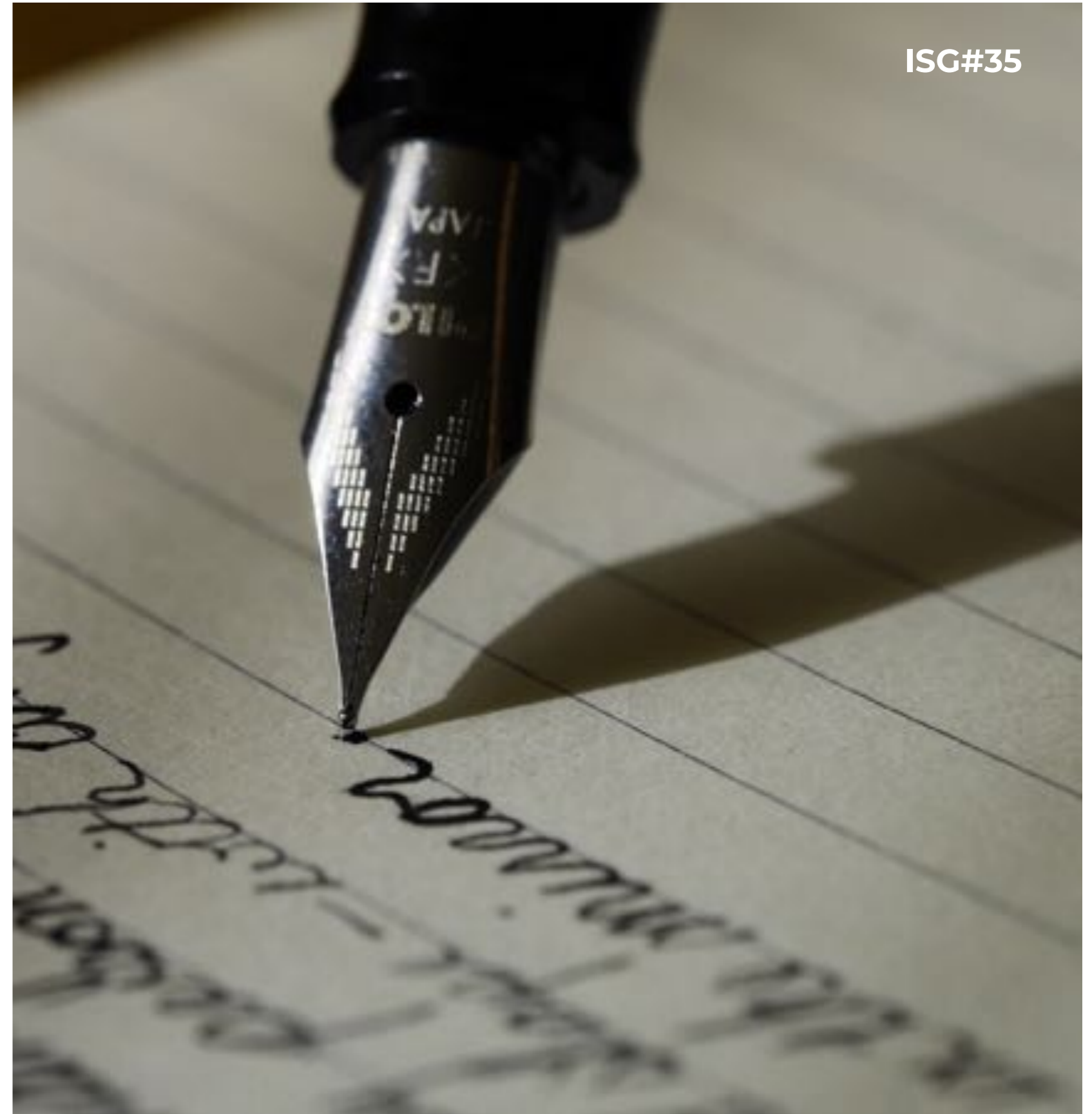
+ 40 AÑOS

ISG#35

**ME HE QUEDADO SIN
“EXCUSAS” PARA ACABAR
LO QUE HABÍA EMPEZADO.**

o lo que nunca empecé. Con un poco de creatividad y voluntad, seguramente podré dar vuelta de página dentro del listado de mis temas personales pendientes.

Aaron Burden



TIEMPO PARA LA
CREATIVIDAD

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

+ 40 AÑOS

**NO QUIERO QUE LA
RUTINA CASTRE NUESTRA
CREATIVIDAD.**

Seguramente vamos a necesitar
terminar las cosas empezadas en el
confinamiento, y la rutina puede ser el
principal obstáculo para lograrlo.



ISG#36

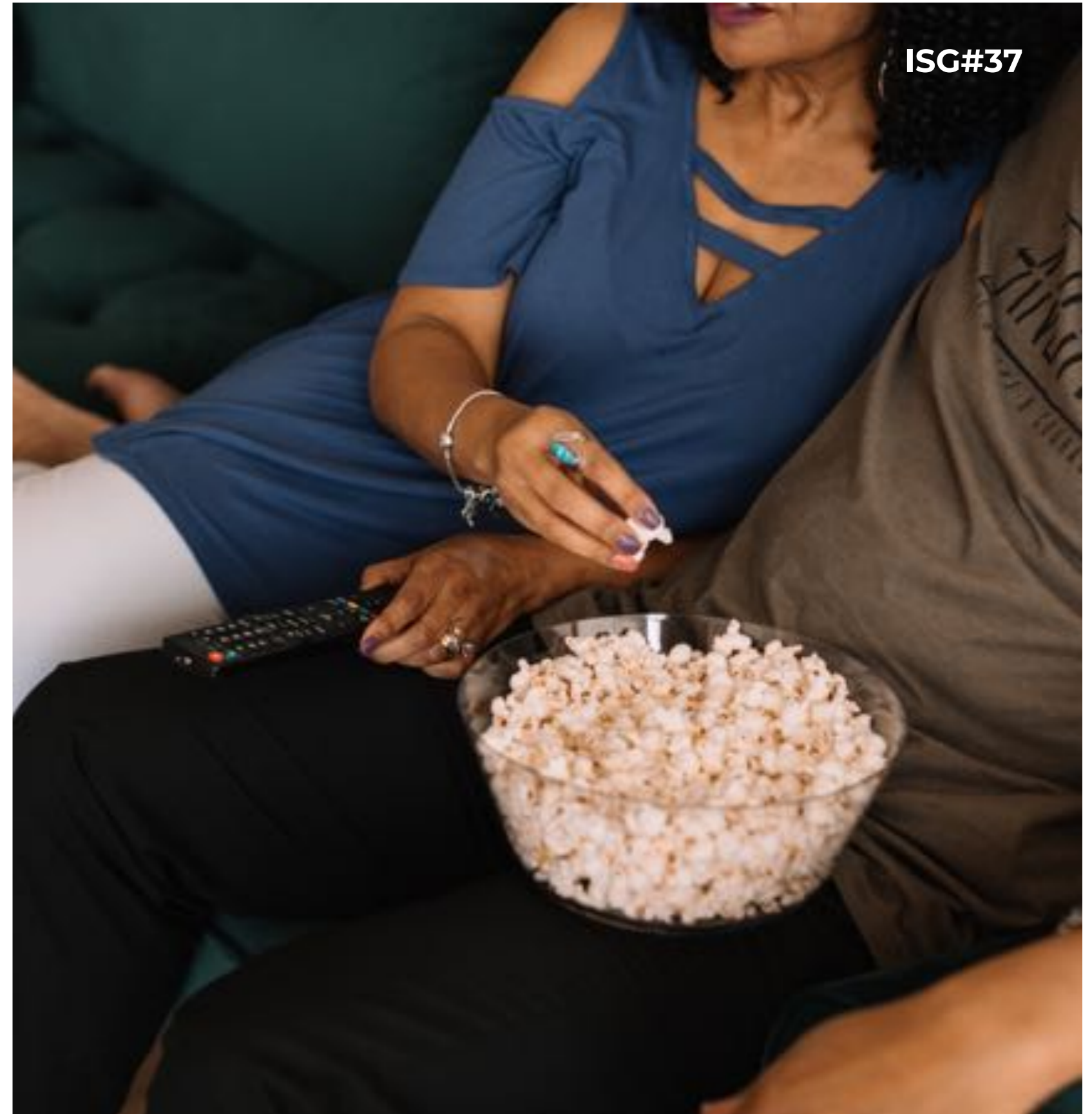
RECORD EN
CONSUMO DE TV

FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

ESTOY CONSUMIENDO TV POR ADELANTADO.

Aprovecho a ver todas las películas y temporadas de mis series favoritas, por si luego no queda tiempo para hacerlo.



RECORD EN
CONSUMO DE TV

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

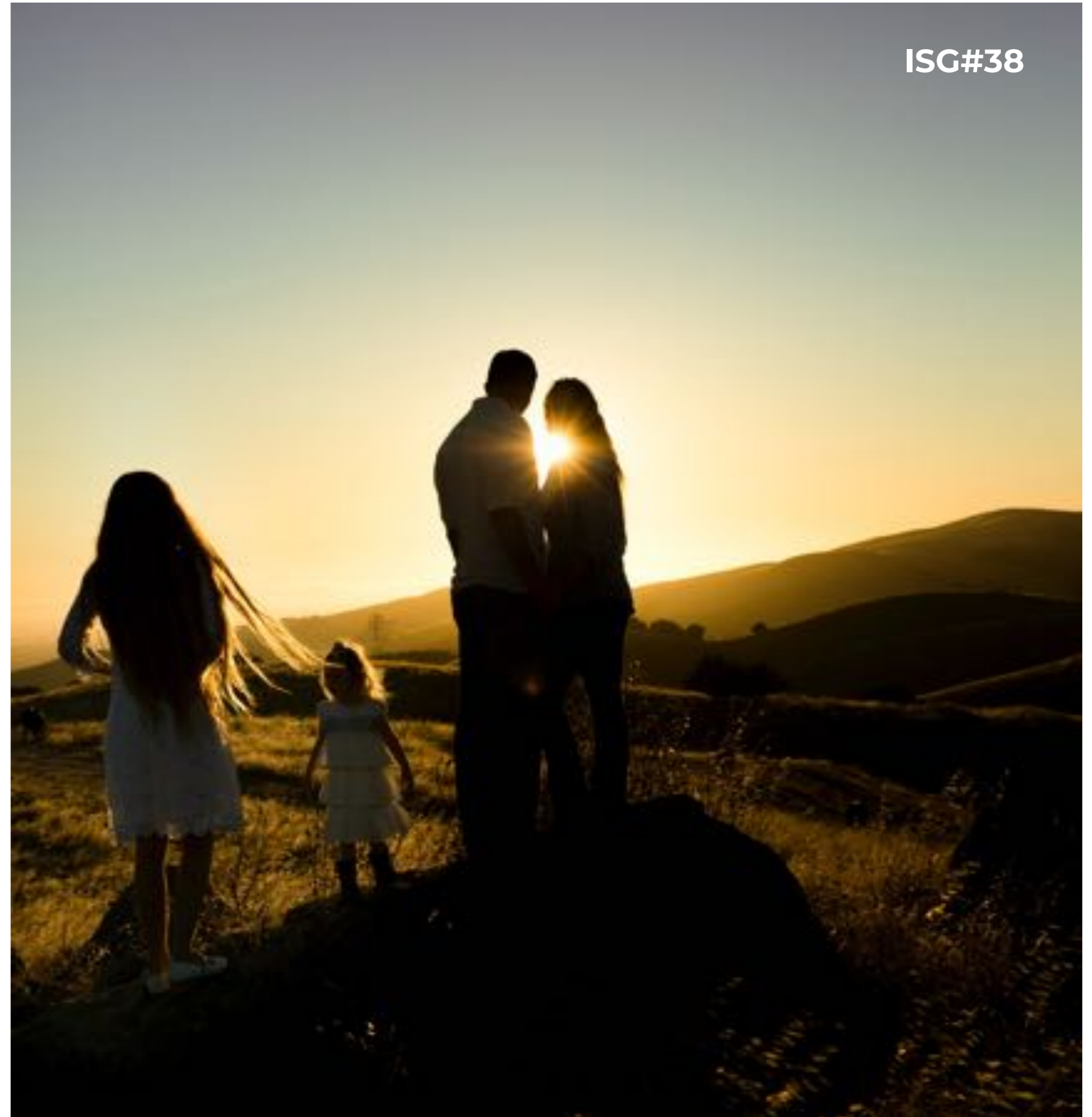
+ 40 AÑOS

ISG#38

**CREO QUE HAY
DEMASIADAS EXPERIENCIAS
PENDIENTES DONDE LA TV
YA NO TIENE LUGAR.**

Después de haber estado tanto tiempo encerrados no voy a tener la necesidad de agotar mi tiempo en la tele. Quiero que mi familia y yo vivamos experiencias reales porque no sabemos cuánto pueden durar.

Jude Beck



MENOS ES MÁS

FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

HE VUELTO A LO BÁSICO.

Creo que estamos en un momento de volver a lo esencial, tanto por necesidad como por voluntad. La realización ahora pasa por cosas mucho más simples de lo que pensábamos.



MENOS ES MÁS

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

+ 40 AÑOS

SI NO ES DE CALIDAD, NO LO QUIERO.

He tomado conciencia de mis necesidades reales y eso me motiva a hacer consumo más selectivo. Si vuelvo a consumir algún producto, me aseguraré que sea de una gran calidad para que me dure por mucho tiempo.



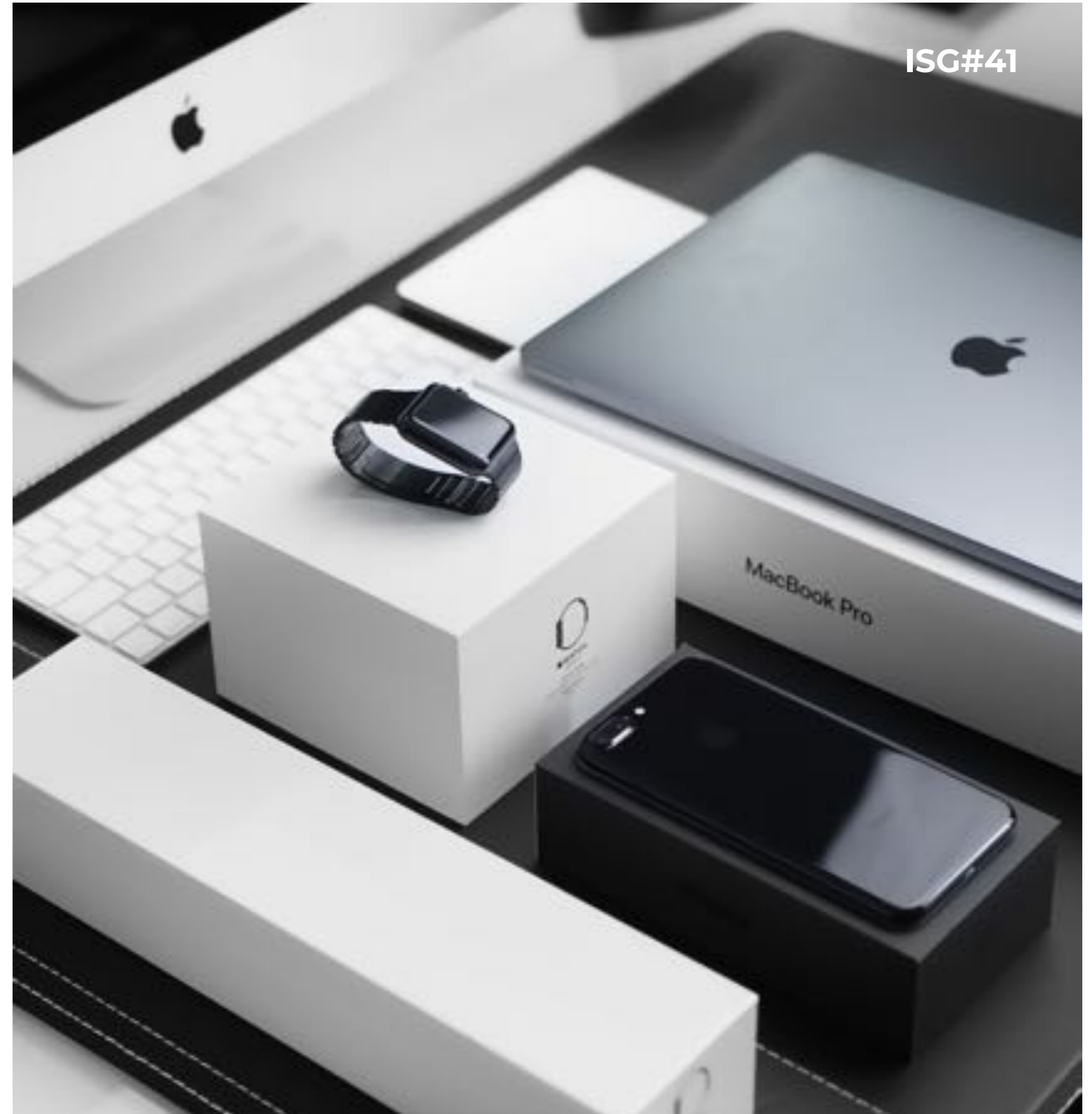
SEGUNDA MANO

FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

NO ES LA ÉPOCA DE LA SEGUNDA MANO.

Por higiene y seguridad. Tal vez más adelante cuando todo haya pasado puede ser una muy buena opción para ser sostenibles, pero en este momento no me imagino utilizando algo de alguien que no conozco.



MENOS ES MÁS

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

+ 40 AÑOS

**CONFIARÉ MÁS EN
LA SEGUNDA MANO
DE EMPRESAS QUE
DE PERSONAS.**

Puede ser una buena oportunidad de comunicación de las empresas con respecto a la sostenibilidad. Siento que una empresa puede garantizar más la calidad y la higiene de un producto, que si se tratase de un desconocido.



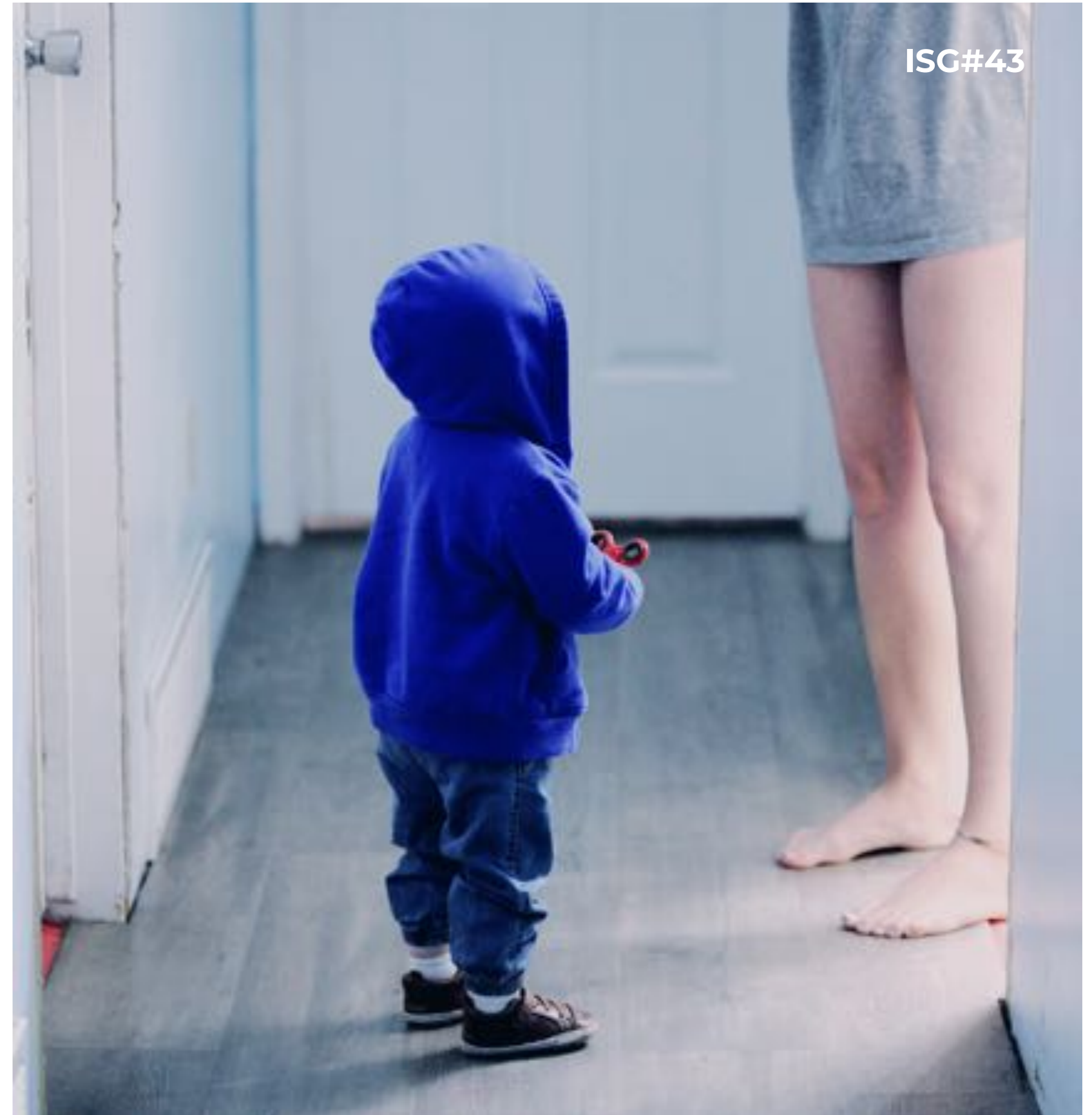
LA COMODIDAD
POR ENCIMA DE LA
FORMALIDAD

FASE DE
DESESCALADA

+ 40 AÑOS

ESTOY VIVIENDO LA CUARENTENA CON ESTILO “HOMEWEAR”.

Si nuestro hogar es sinónimo de comodidad y calidez, nosotros debemos estar a tono con ello. Nadie en mi familia se escapa a este estilo y eso nos hace sentir muy bien.



LA COMODIDAD
POR ENCIMA DE LA
FORMALIDAD

FASE DE
DESCONFINAMIENTO

+ 40 AÑOS

ISG#44

LA COMODIDAD LLEGÓ PARA QUEDARSE.

Ya no me imagino otra forma de vestir que no sea cómodo. Tengo que replantear mi guardarropas para lograr el equilibrio perfecto entre verme bien y sentirme a gusto.

Coen Staal



NUEVOS
INSIGHT
COVID-19

- DIRECCIÓN DEL FOCUS GROUP Y EL ESTUDIO

Enrique Pernía

- PLANIFICACIÓN

Pilar Garrido

- DIRECCIÓN CREATIVA


Damian Martínez

- COPY CONCEPT

Sandra Sanjuan

- DISEÑO E IMAGEN

Juanma Aznar



En Kártica trabajamos contigo para sentar las bases que permitan tomar **decisiones estratégicas** de negocio a partir de la **construcción de tu marca**.

Una marca capaz de conectar con tu cliente, **generar un vínculo sólido** con él gracias a que nos preocupamos, no solo en saber quién es, sino también, **qué piensa, qué le motiva, por qué sufre y cuáles son sus creencias**.

Para ello, usamos metodologías y herramientas que nos permite conocer las motivaciones del mercado en cada momento y **el impacto de tu marca** en ese mismo.



hola@kartica.es

C/Colón, 10 – 6º – p.13,
46004 Valencia

C/Castaños, 6 – 1º derecha
03001 Alicante

www.kartica.es