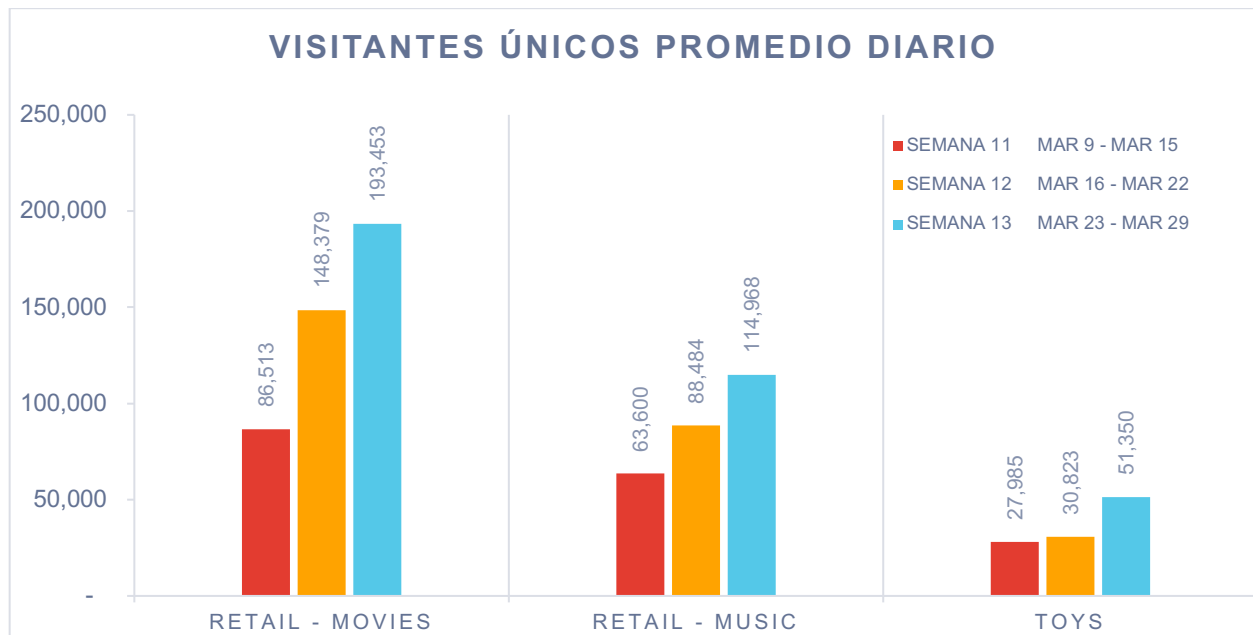


## Retail, Tecnología y Entretenimiento: 3 claves para entender a las audiencias en tiempos de COVID-19

Como era de esperarse, el crecimiento del Coronavirus en el mundo ha generado cambios en prácticamente todos los hábitos de nuestra vida. Frente a la necesidad de resguardarnos en casa ante la crisis sanitaria, hemos visto un crecimiento pronunciado del *ecommerce*, las búsquedas de entretenimiento en línea y la necesidad de las personas de incorporar tecnología para seguir siendo productivas en distintos ámbitos, entre otras tendencias.

Situándonos en contexto, recordemos que en la semana 12, que va del 16 al 22 de marzo se publicó en medios la noticia del primer fallecimiento en México por coronavirus, y es el periodo en el que comenzó un contagio más acelerado.

Este escenario de emergencia, abanderado por la frase de *Quédate en Casa*, dio paso a la búsqueda de opciones de entretenimiento en línea, que vimos reflejada en el incremento de visitantes únicos diarios de la semana 11 a la 12 en las subcategorías películas, música y juguetes, en 72%, 39% y 10%, respectivamente, y que continuaron su crecimiento hasta el 29 de marzo, al final de la semana 13.



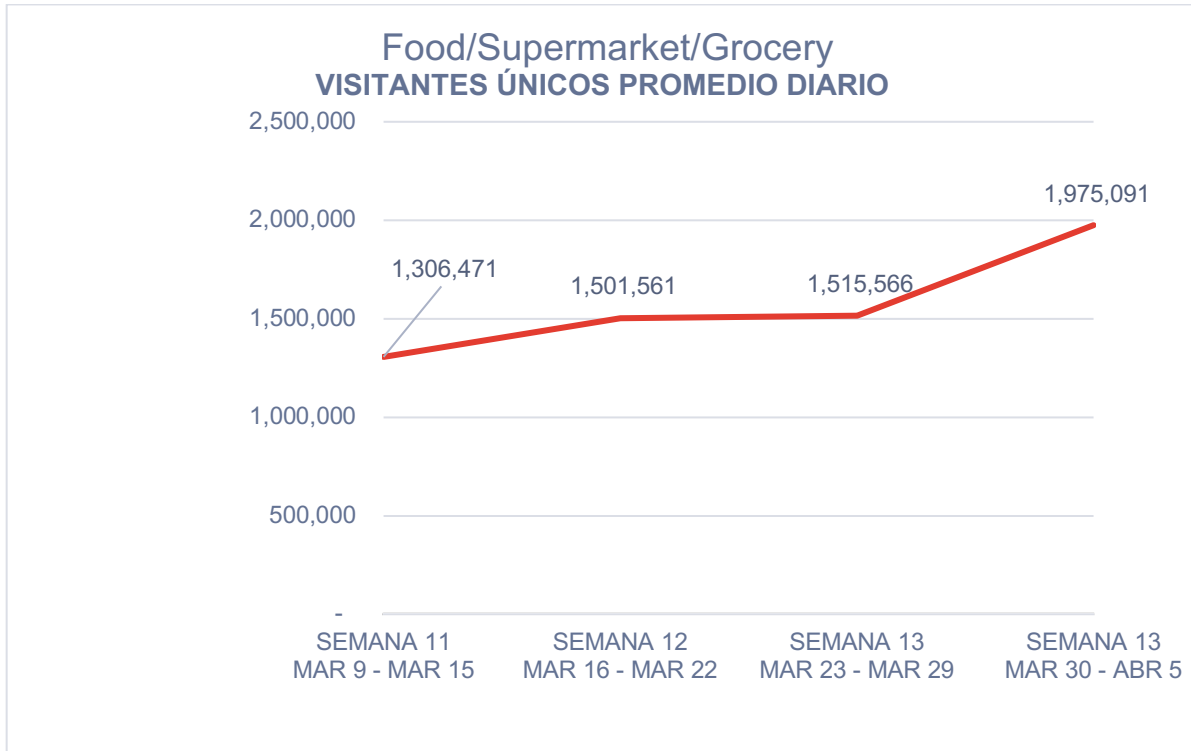
Fuente: Comscore Digital Category Custom Reporting, del 9 al 29 de marzo de 2020

Las familias en casa estamos invirtiendo tiempo, ya sea en la búsqueda y compra de juguetes y actividades para niños, o bien en la de opciones digitales de lectura y música. Como referencia, para el primer bimestre de 2020, justo al inicio de esta pandemia en nuestro país, las propiedades digitales líderes en estas subcategorías por visitantes únicos fueron las siguientes:

Retail-Movies	Retail-Music	Toys
1.CINEPOLISKLIC.COM	1. AMAZON MUSIC (MOBILE APP)	1.THE LEGO GROUP

Fuente: MMX Multi-platform, enero-febrero 2020.

Derivado de la necesidad de asistir en la menor medida posible a canales físicos para conseguir despensa, víveres y comida, muchos hemos optado por los servicios de entrega a domicilio, efecto que se ha visto reflejado en el alza continua de audiencia digital en el periodo que va del 16 de marzo al 5 de abril de 2020.



Fuente: Comscore Digital Category Custom Reporting, del 9 de marzo al 5 de abril de 2020.

En promedio, esta subcategoría ha crecido en el periodo 15%, alcanzando su mayor repunte entre la semana 13 y 14 de 2020, con un 30% de aumento de visitantes únicos. Las 5 propiedades digitales que encabezaron el ranking de esta subcategoría en el mes de febrero de este año fue el siguiente:

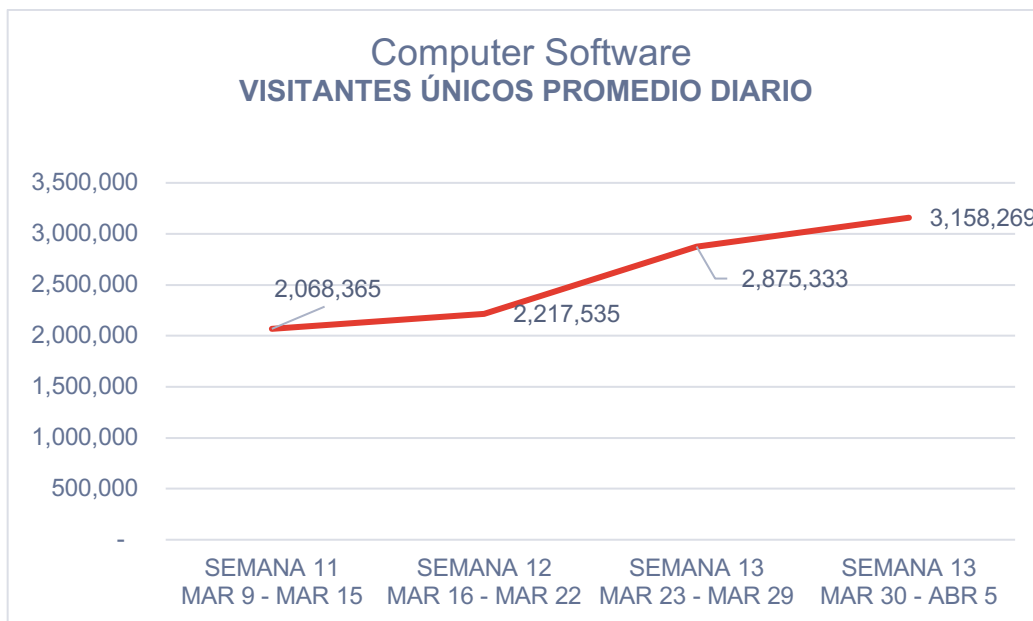
Food/Supermarket/Grocery	
1	WALMART.COM.MX
2	CHEDRAUI.COM.MX
3	UBEREATS.COM
4	RAPPI

5	DIDIFOOD.COM
6	DOMINOS.COM.MX
7	SUPERAMA.COM.MX
8	COSTCO.COM.MX
9	LACOMER.COM.MX
10	VIPS.COM.MX

Fuente: MMX Multi-platform, febrero 2020.

Otro de los efectos interesantes que hemos visto en la evolución semanal de visitantes únicos, es el crecimiento constante de la subcategoría Computer Software en 16% entre el 16 de marzo al 5 de abril de 2020; y es que la suspensión de las actividades laborales no esenciales y las escolares en todos los niveles ha propiciado la búsqueda de software que nos permita comunicarnos de mejor forma con compañeros de trabajo, colaborar remotamente entre colegas y compañeros de escuela y en general poder seguir siendo productivos.

En conjunto con las subcategorías vinculadas a entretenimiento, Computer Software es otra que ha venido creciendo de forma constante semana tras semana en el periodo analizado. La semana en la que se observó mayor crecimiento justo coincidió con la declaratoria de las autoridades del gobierno federal del inicio de la Fase 2 por coronavirus, con lo que quedaron suspendidas las actividades laborales no esenciales, las escolares en todos los niveles educativos, así como las reuniones de corte social con lo que se explicaría que muchos nos quedamos en casa, sin que esto implicara pausar nuestras actividades laborales, escolares y sociales.



Fuente: Comscore Digital Category Custom Reporting, del 9 al 29 de marzo de 2020

En suma, ya sea para entretenernos y pasar de mejor forma el tiempos en casa, para tener acceso a víveres y comida, así como para seguir siendo productivos, la realidad es que Internet se ha convertido en una alternativa que sin duda es evidente en las tendencias que hemos venido siguiendo semana a semana en los datos de audiencia Comscore.

**Por José Luis Espinosa, Senior Sales Manager de Comscore México.**