



Impacto COVID-19

Retail

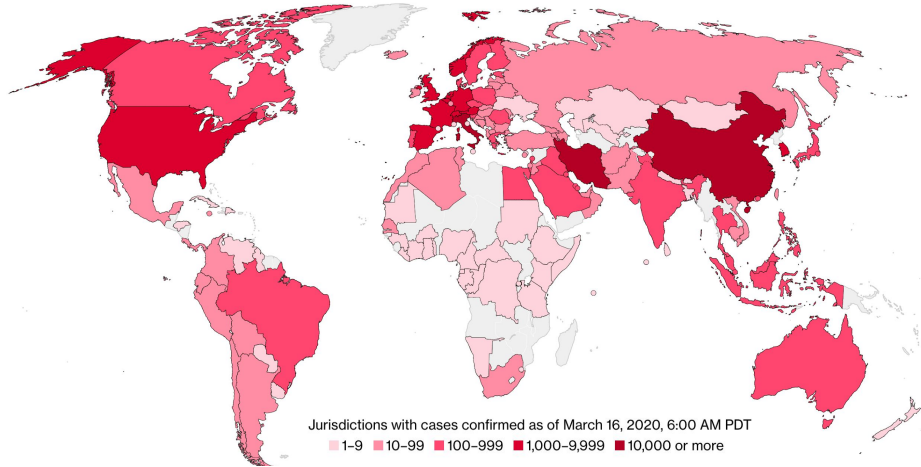
Colombia a 17 de Marzo 2020

Current Status as of 3/16/20

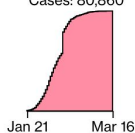
169,496 6,633

Confirmed cases worldwide

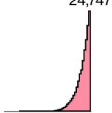
Deaths worldwide



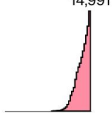
Mainland China
Cases: 80,860



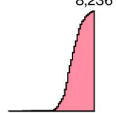
Italy
24,747



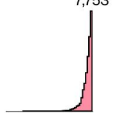
Iran
14,991



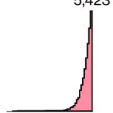
South Korea
8,236



Spain
7,753

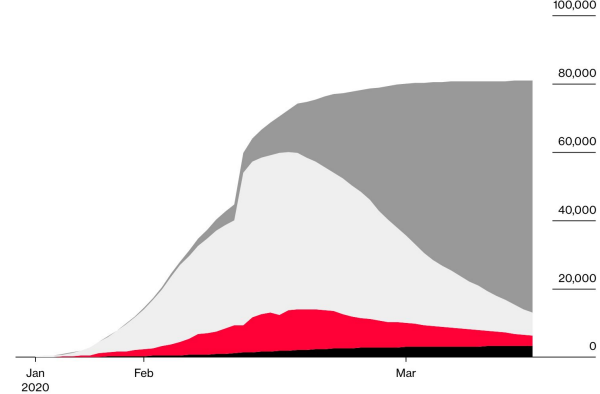


France
5,423

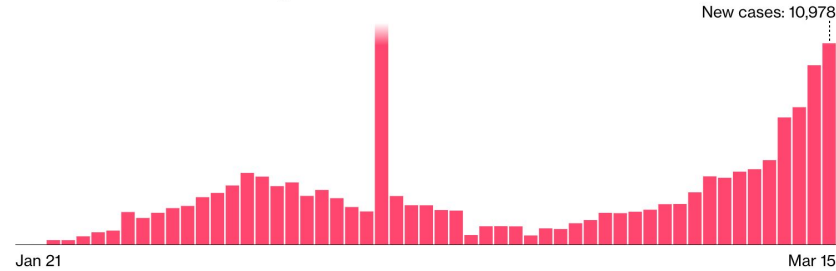


Rise in Confirmed Cases in Mainland China Since Jan. 20

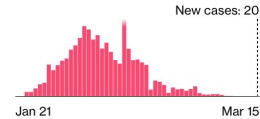
■ Deaths ■ Severe cases ■ Other confirmed cases ■ Left hospital



Global Cases Added Per Day



Mainland China



Italy



Iran



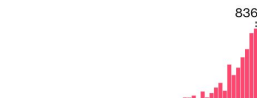
South Korea



Spain



France



Economic Exposure: GDP forecast and consumer sentiment changes

2020 Year End GDP Forecast: Sentiment change since Jan 1, 2020

% Change in economist consensus forecast for end of year from Jan 1, 2020 to March 5, 2020

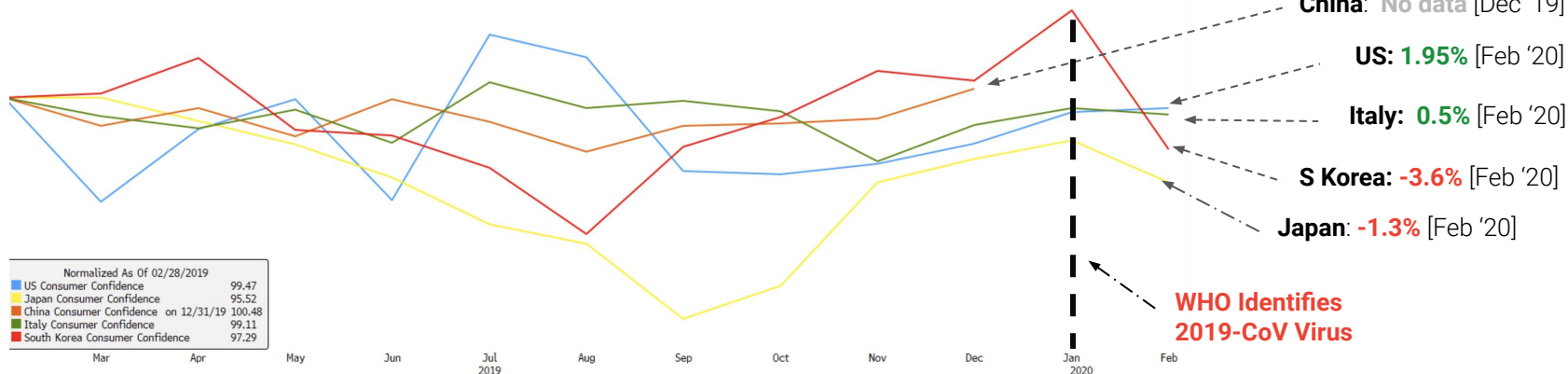
Global GDP	US	China	South Korea	Japan	Italy
-6.5%	0%	-6.8%	-4.7%	0%	-60%

Economists have downgraded the global outlook for 2020 and are bearish on Italy.

Consumer confidence still relatively strong since outbreak.

Consumer Confidence since Feb 2019

Feb 2019-2020, normalized across 5 markets



Globalmente, el interés ha sobrepasado el del Ébola, Zika y Gripe Porcina



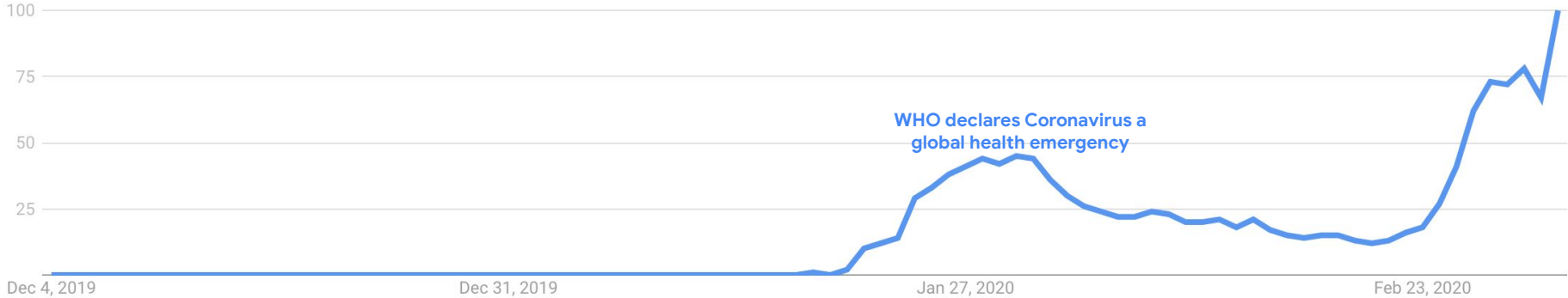
Ebola: El peak de interés se alcanzó en meses (July-Oct 2014).

Zika: peak de búsquedas se alcanzó en 4 meses (Nov 2015)

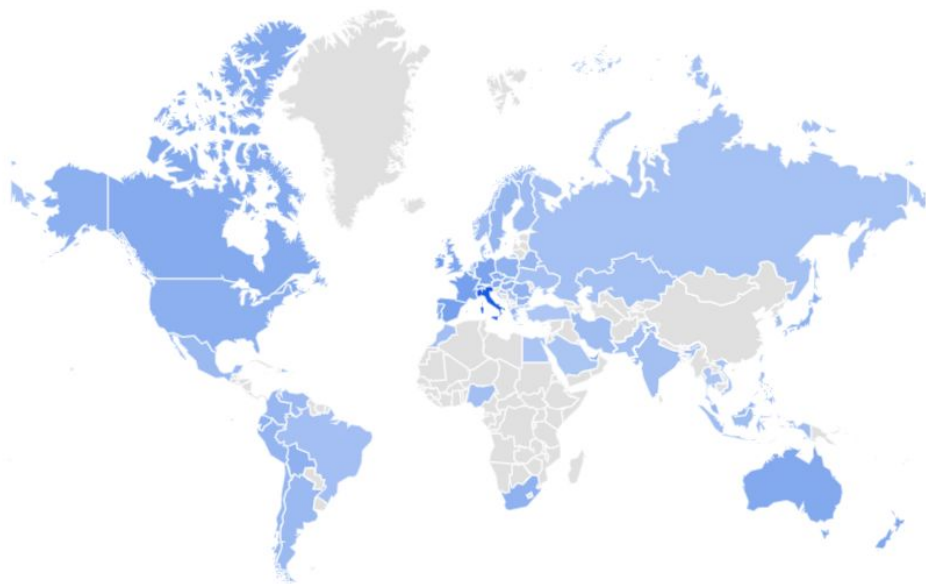
Coronavirus: Se estima que peak de búsquedas se dará aprox. en Abril-Mayo y se normalizará a fin de año

Las búsquedas se han más que duplicado globalmente desde la primera aparición de casos

Coronavirus searches



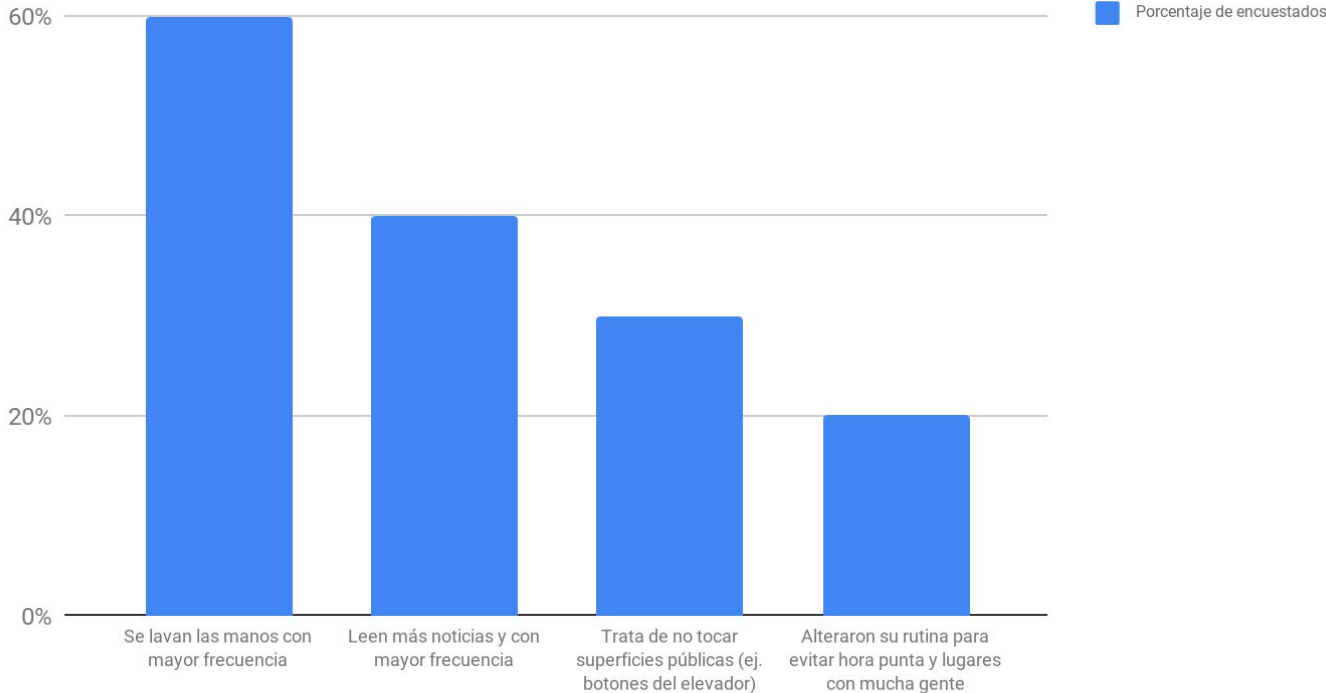
Consumidores en todo el mundo están buscando activamente por coronavirus. Los países de Latam **empezaron** estar más interesados conforme se fueron confirmando los primeros casos



- | | | | |
|----|-------------|----|-----------------|
| 1 | Italia | 11 | Sudáfrica |
| 2 | Irlanda | 12 | Polonia |
| 3 | España | 13 | Estados Unidos |
| 4 | Suiza | 14 | Austria |
| 5 | Francia | 15 | Emiratos Arabes |
| 6 | Reino Unido | 16 | Bélgica |
| 7 | Portugal | 17 | Eslovenia |
| 8 | Catar | 18 | Australia |
| 9 | Eslovaquia | 19 | Perú |
| 10 | Alemania | 20 | Costa Rica |

Source: google trends last 7 days. 9 de Marzo, 2020

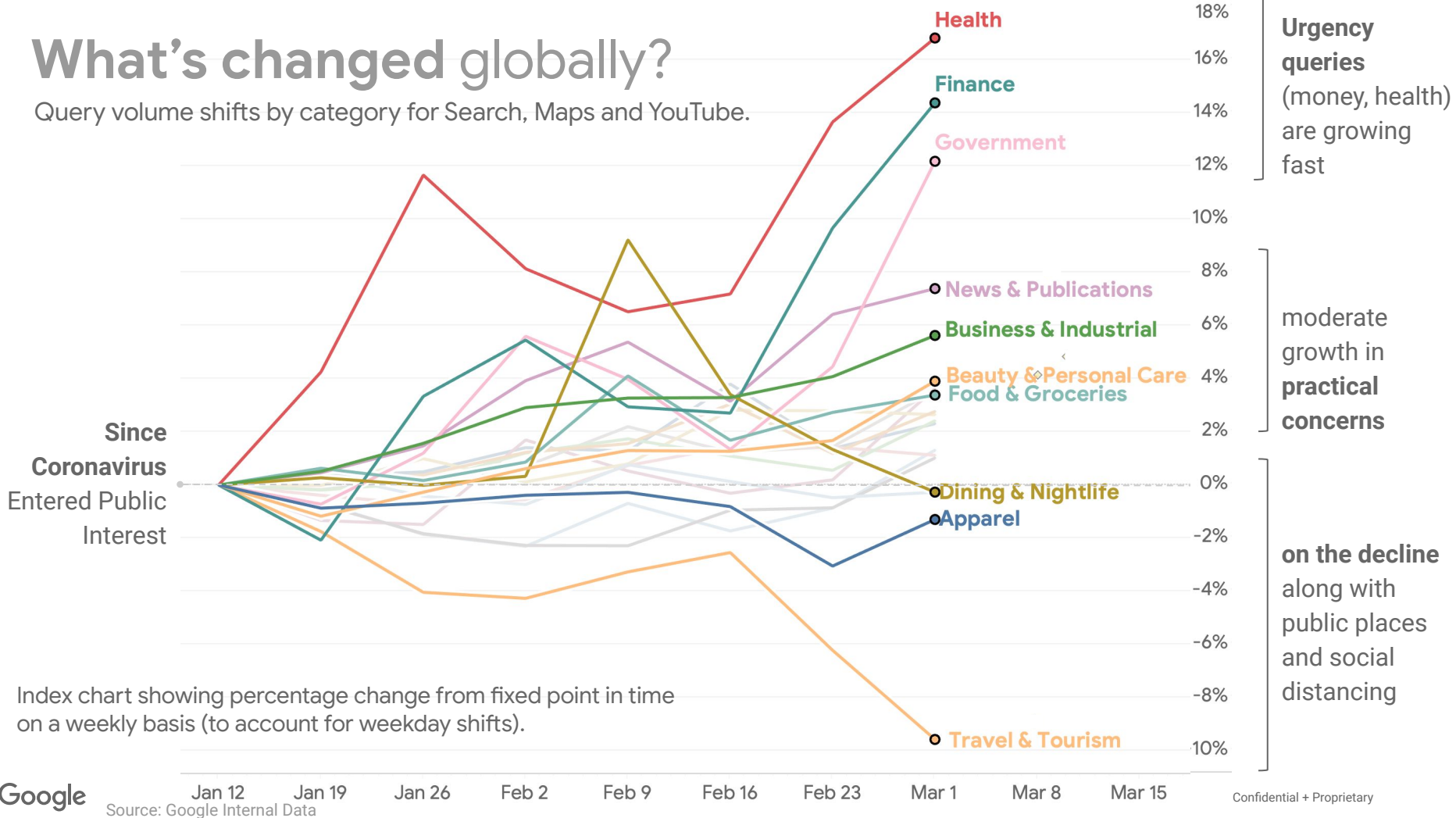
8 de cada 10 consumidores han cambiado sus hábitos por el virus



¿Qué ha
cambiado?

What's changed globally?

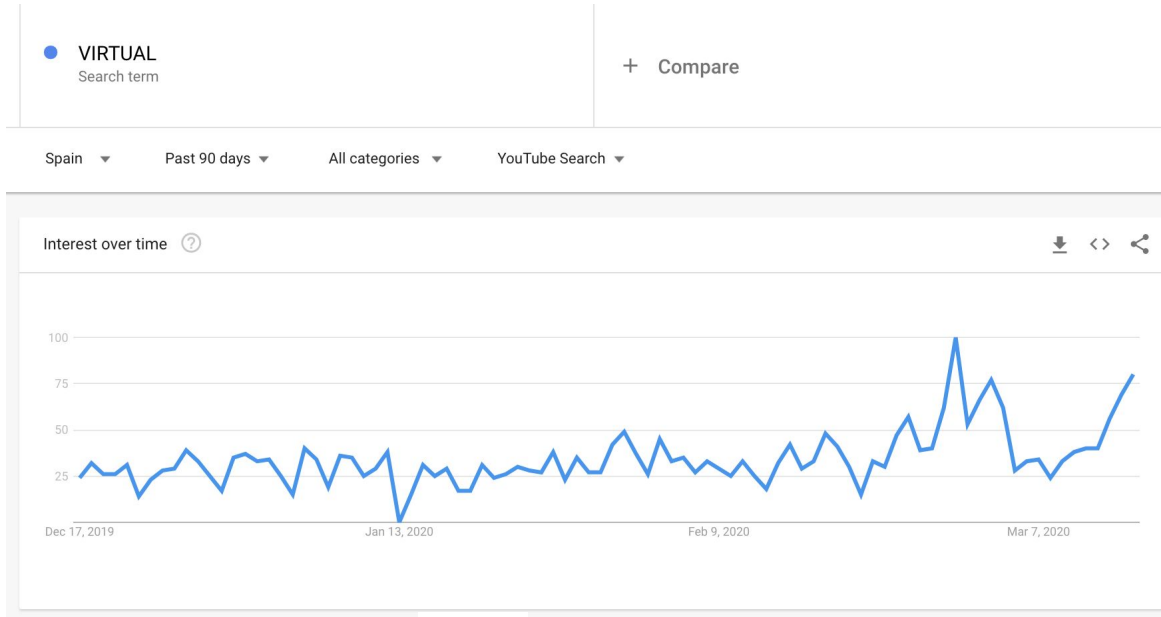
Query volume shifts by category for Search, Maps and YouTube.



Comportamiento Consumidor

La gente busca opciones para
pasar tiempo y trabajar en casa.

TODO LO RELACIONADO CON VIRTUAL CRECE*



*En los análisis a continuación utilizaremos los proxys de España e Italia como base de comparación con Latam y anticipando lo que puede llegar a suceder en Colombia

Source: [LINK](#)



EL CONSUMO DE INTERNET AUMENTA

The screenshot shows the Telefónica website header with the logo and navigation menu. The main content area features a news article titled "Los operadores aconsejan un uso racional y responsable de las redes de telecomunicaciones para afrontar los incrementos de tráfico". The article includes a sub-headline "Ante el arranque de la primera semana completa de teletrabajo y teleformación en toda España" and a list of three bullet points. The left sidebar contains navigation links for "Noticias", "Blog", "Fotos", "Informes", "Preguntas frecuentes", and "Contacto". At the bottom of the sidebar, there are social media icons for Twitter, LinkedIn, YouTube, RSS, Instagram, and Facebook.

Telefónica

movistar / O₂ / vivo / SON MARCAS TELEFÓNICA

Inicio | Acerca de Telefónica | **Sala de prensa** | Accionistas e inversores | Negocio Responsable | Empleo | Políticas Públicas | Innovación

Usted está en: [Telefónica](#) > [Sala de Prensa](#) > [Noticias](#) > [Detalle](#) Los operadores aconsejan un uso racional y responsable de las redes de telecomunicaciones para afrontar los incrementos de tráfico

Noticias

Blog

Fotos

Informes

Preguntas frecuentes

Contacto

SÍGUENOS EN:

[Twitter](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#) [RSS](#) [Instagram](#) [Facebook](#)

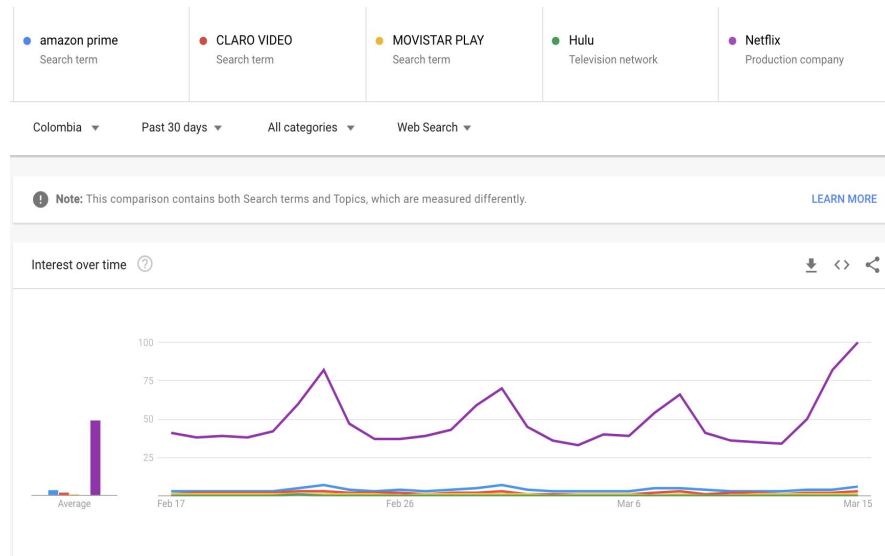
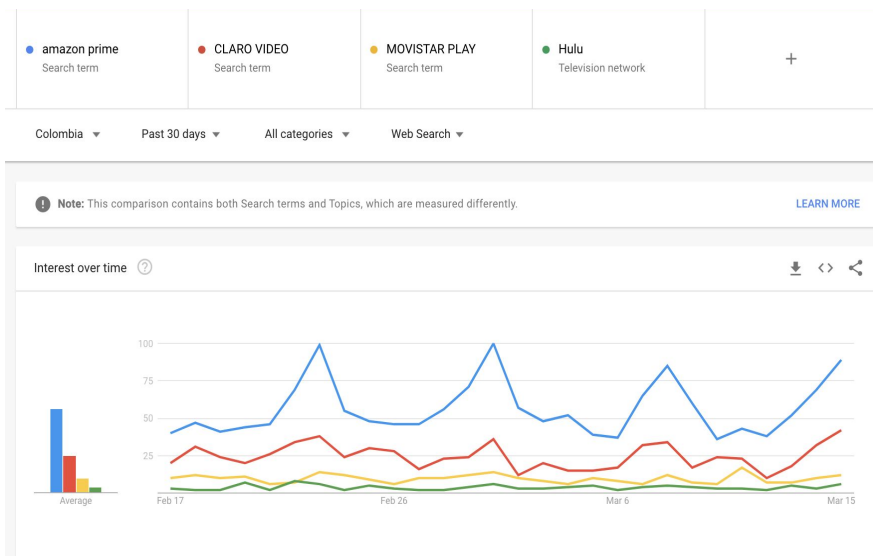
Los operadores aconsejan un uso racional y responsable de las redes de telecomunicaciones para afrontar los incrementos de tráfico

Ante el arranque de la primera semana completa de teletrabajo y teleformación en toda España

- Priorizar el acceso a Internet para el teletrabajo o el tele-estudio y desplazar el uso del streaming de vídeo o el gaming a las horas de menos tráfico ayudará a mantener la calidad del servicio en esta nueva etapa de aislamiento a nivel nacional.
- Es recomendable el uso del teléfono fijo en vez del móvil para efectuar llamadas cuando sea posible.
- Las redes IP están experimentando incrementos de tráfico cercanos al 40% mientras que el uso de la voz móvil aumenta alrededor de un 50% y un 25% en el caso de los datos.

Source: [LINK](#)

LA GENTE BUSCA OCUPAR SU TIEMPO EN CASA (VIDEO ON DEMAND CRECE)



Source: [LINK](#)

External Source: [HOW COVID-19 AFFECTS VIDEO STREAMING PLATFORMS](#)

LA GENTE BUSCA OCUPAR SU TIEMPO EN CASA (VIDEO ON DEMAND CRECE)

¿Qué pasó en España e Italia?

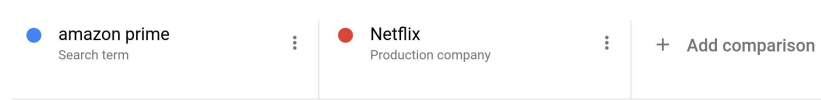
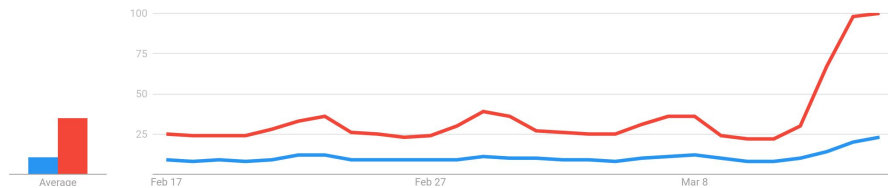


Spain Past 30 days All categories Web Search

Note: This comparison contains both Search terms and Topics, which are measured differently.

LEARN MORE

Interest over time

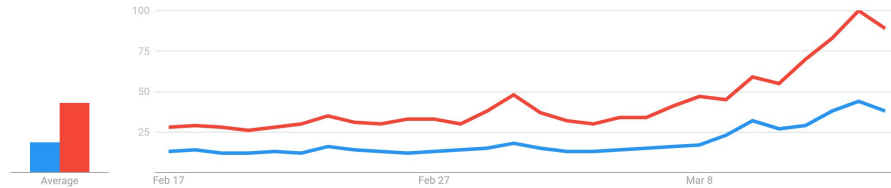


Italy Past 30 days All categories Web Search

Note: This comparison contains both Search terms and Topics, which are measured differently.

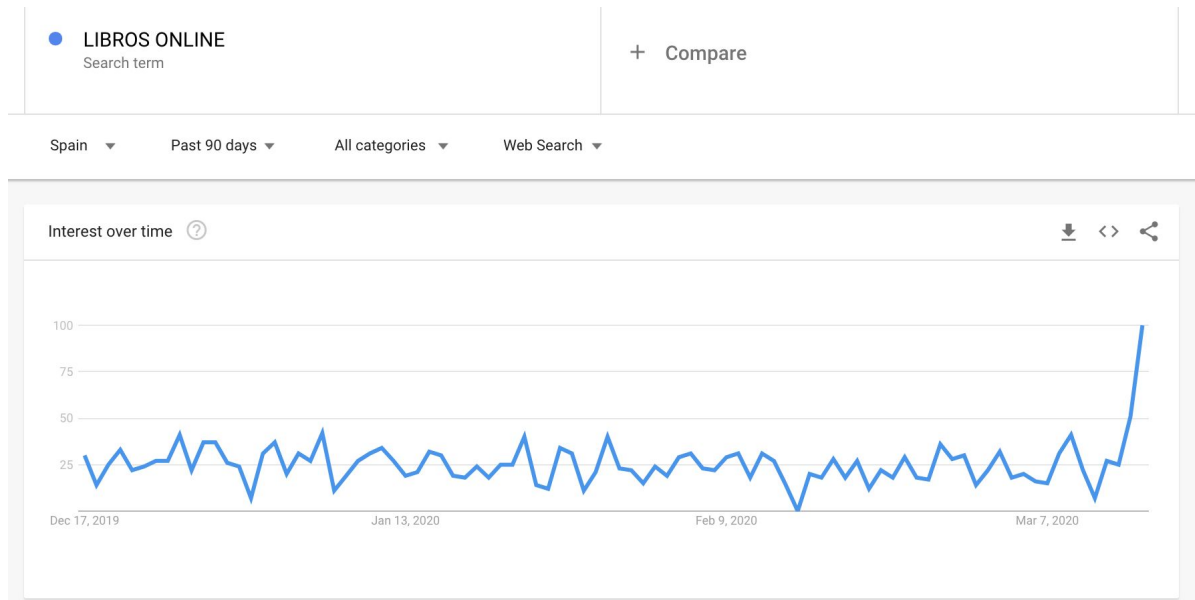
LEARN MORE

Interest over time



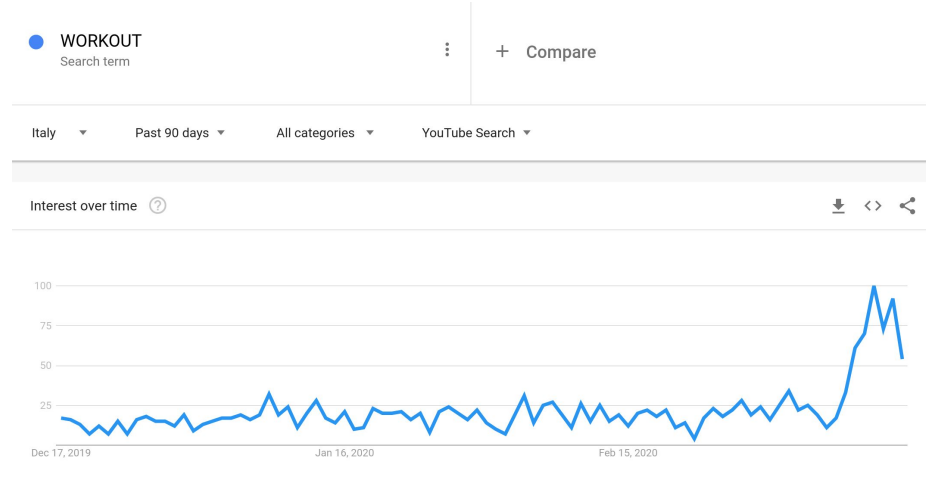
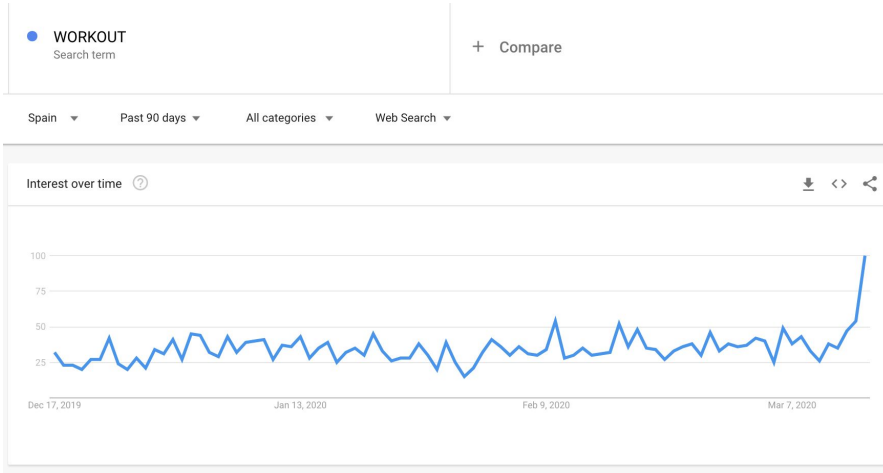
LA GENTE BUSCA OCUPAR SU TIEMPO EN CASA (CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE LIBROS ONLINE)

¿Qué pasó en España?



LA GENTE BUSCA OCUPAR SU TIEMPO EN CASA (ENTRENANDO)

¿Qué pasó en España e Italia?

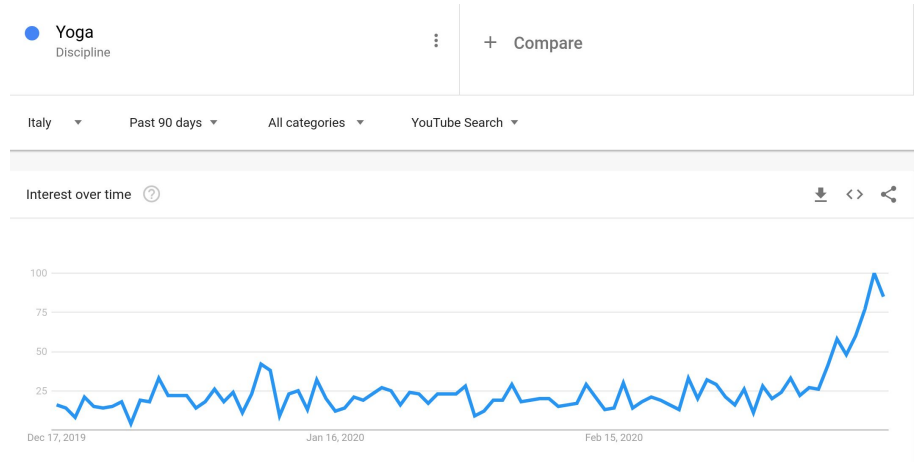
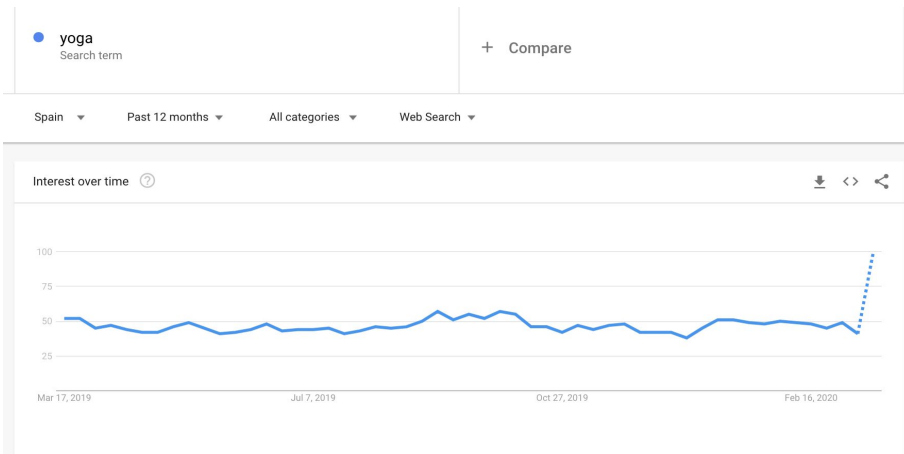


Source: [LINK](#)

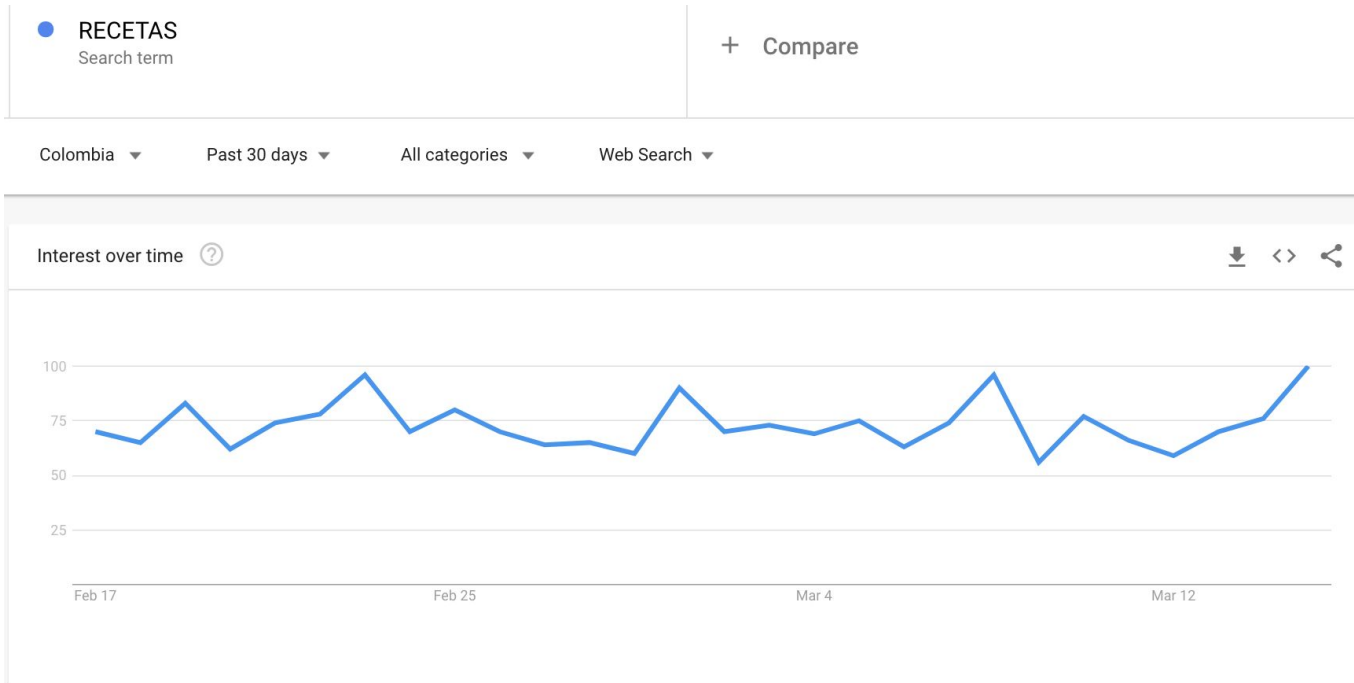


LA GENTE BUSCA PASAR SU TIEMPO EN CASA (YOGA)

¿Qué pasó en España e Italia?



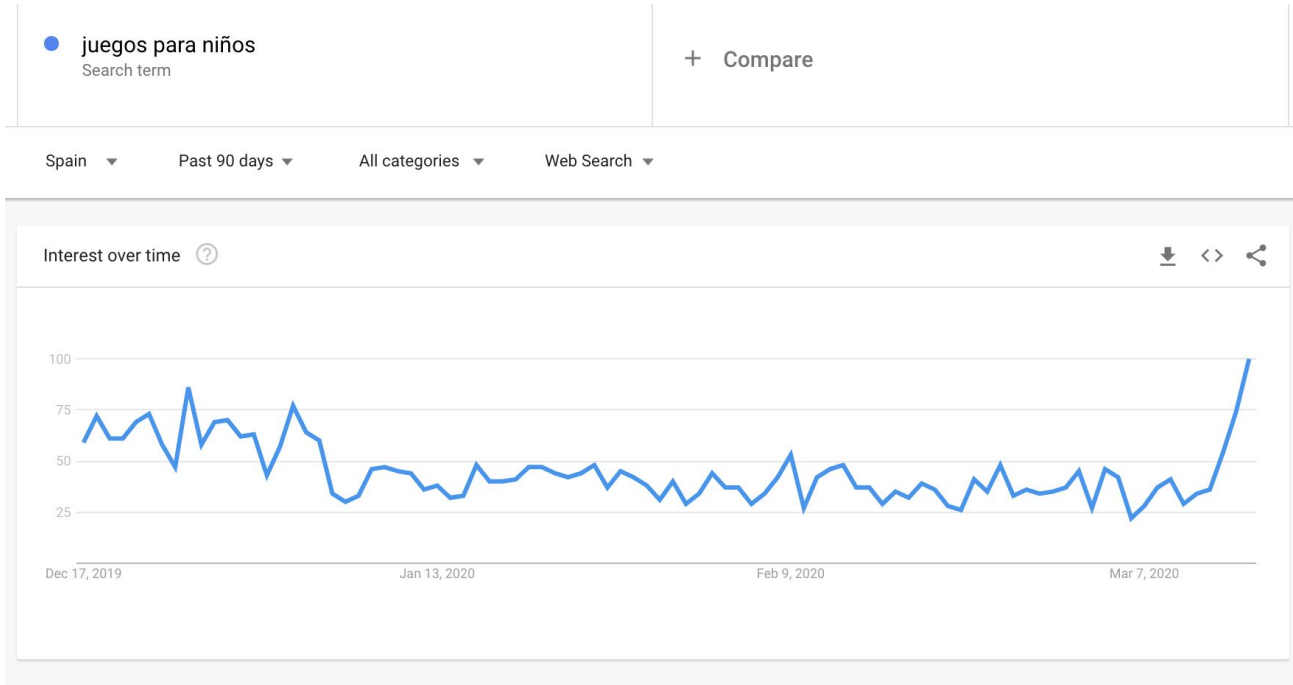
LA GENTE BUSCA PASAR SU TIEMPO EN CASA (COCINA)



Source: [LINK](#)



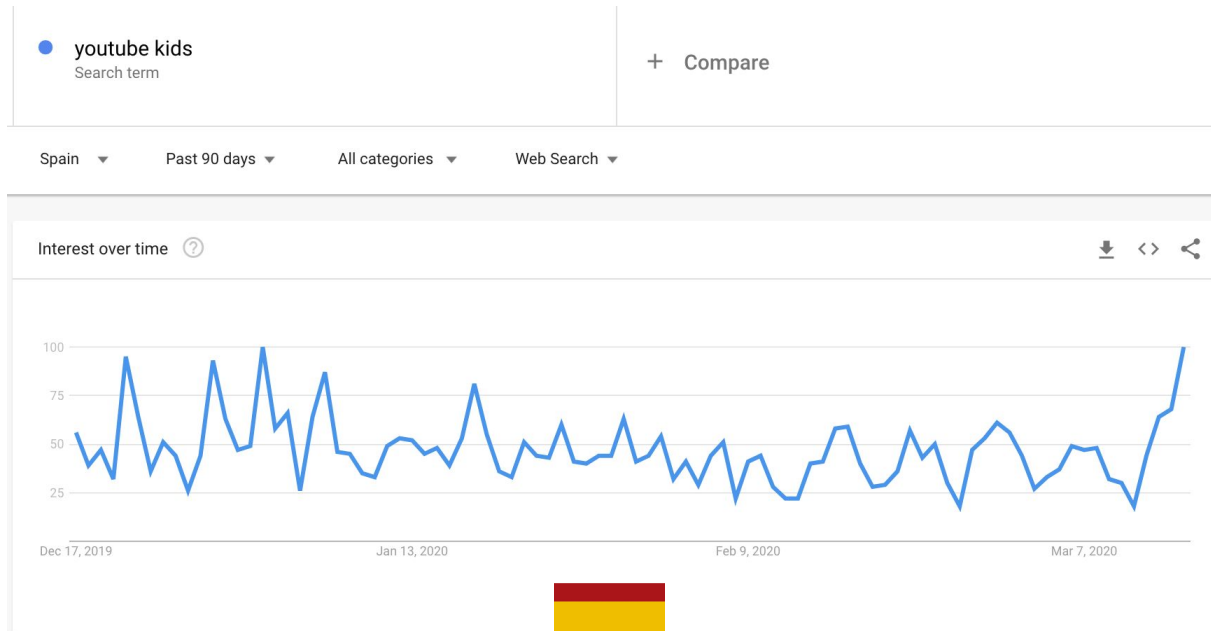
LA GENTE BUSCA PASAR SU TIEMPO EN CASA (JUEGOS PARA NIÑOS)



Source: [LINK](#)

LA GENTE BUSCA PASAR SU TIEMPO EN CASA CON SUS HIJOS (YOUTUBE KIDS)

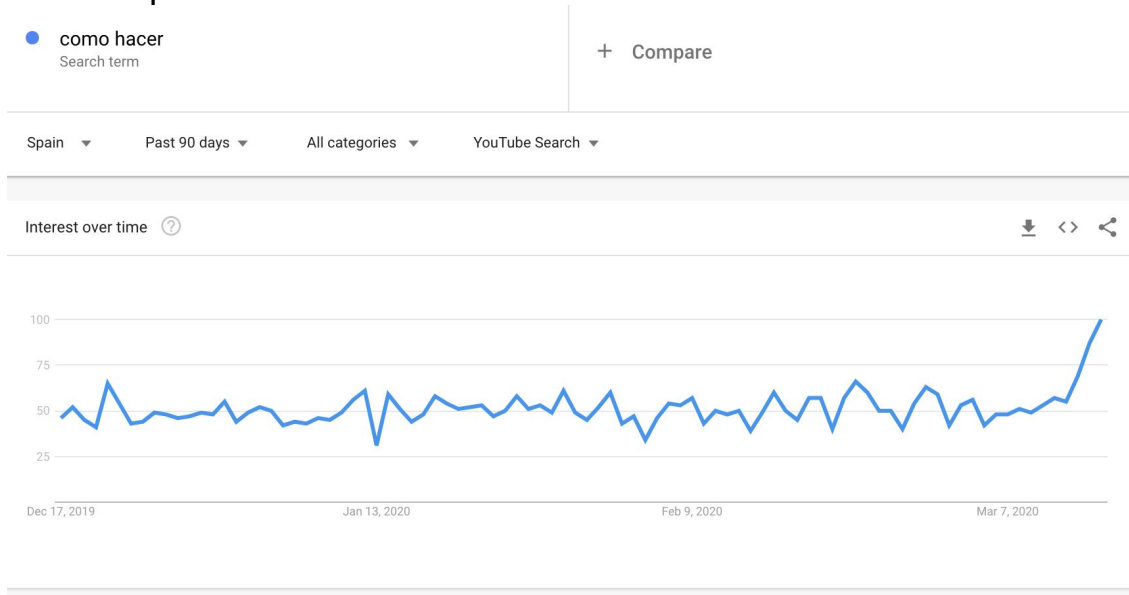
¿Qué pasó en España?



Source: [LINK](#)

LA GENTE BUSCA PASAR SU TIEMPO EN CASA (TUTORIALES)

¿Qué pasó en España?

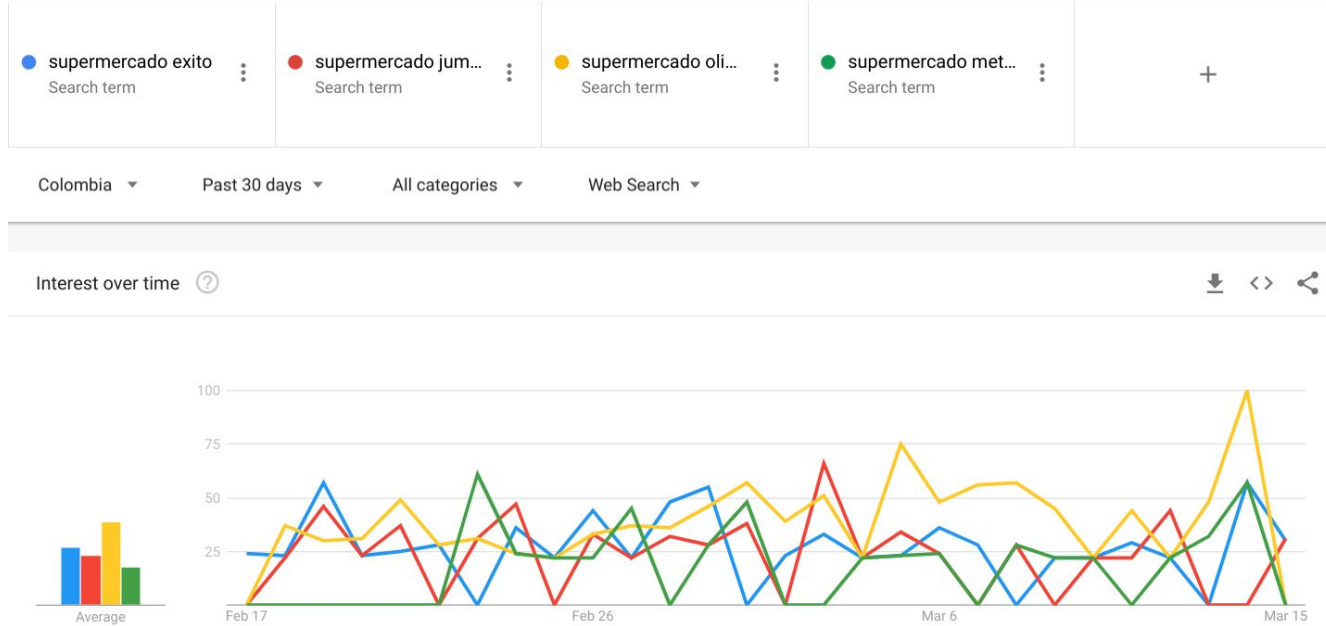


Source: [LINK](#)

Retail

Implicaciones para algunas
categorías del Retail

CADENAS DE ABARROTOS GANAN INTERÉS DE BÚSQUEDA

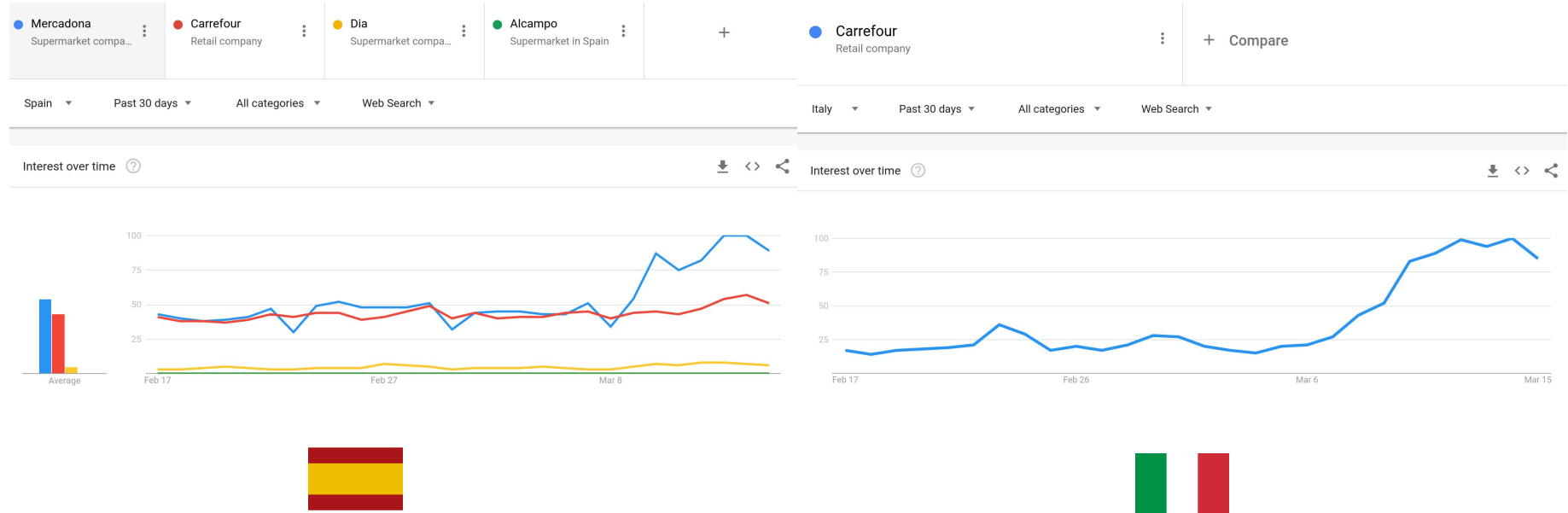


Source: [LINK](#)



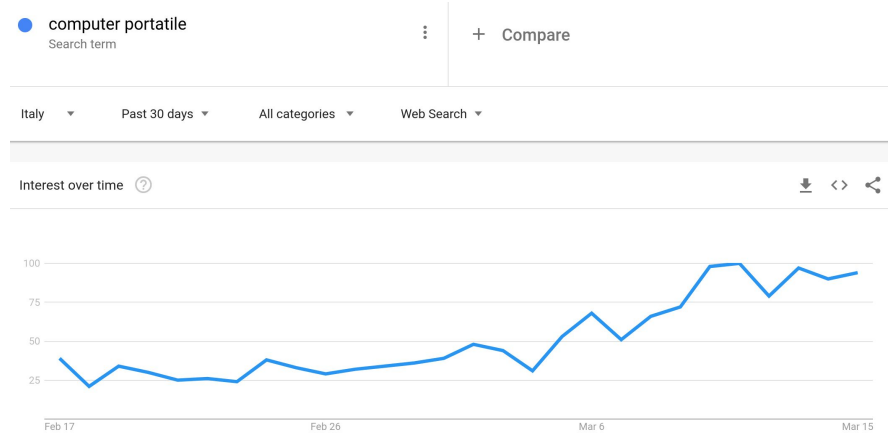
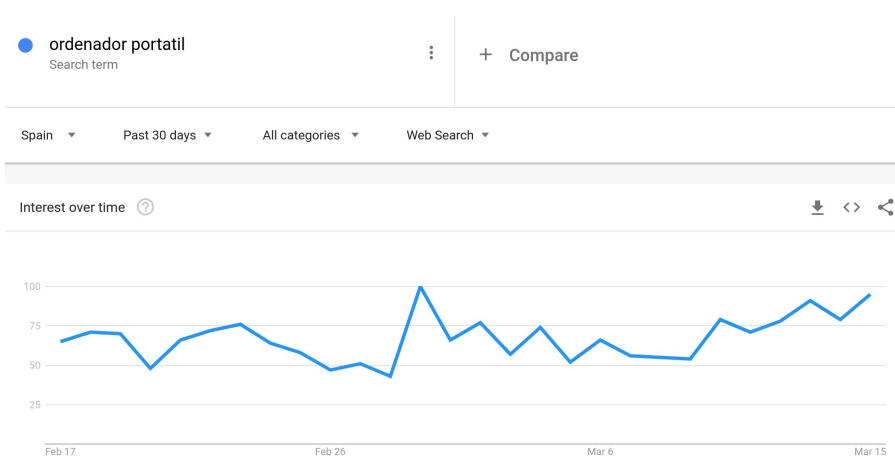
CADENAS DE ABARROTES GANAN INTERÉS DE BÚSQUEDA

¿Qué pasó en España e Italia?



LA GENTE NECESITA CONECTARSE DESDE CASA (PORTÁTILES)

¿Qué pasó en España e Italia?



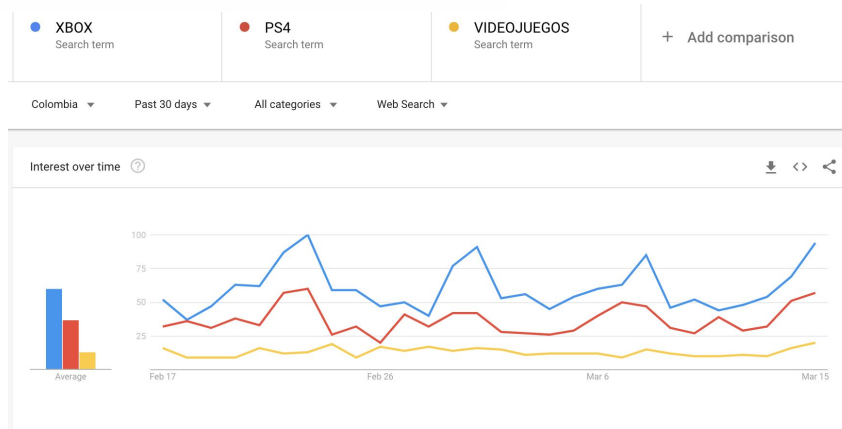
CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE VIDEOJUEGOS

'The evenings are empty.' People in China are using video games to keep each other company



By [Shannon Liao](#), CNN Business

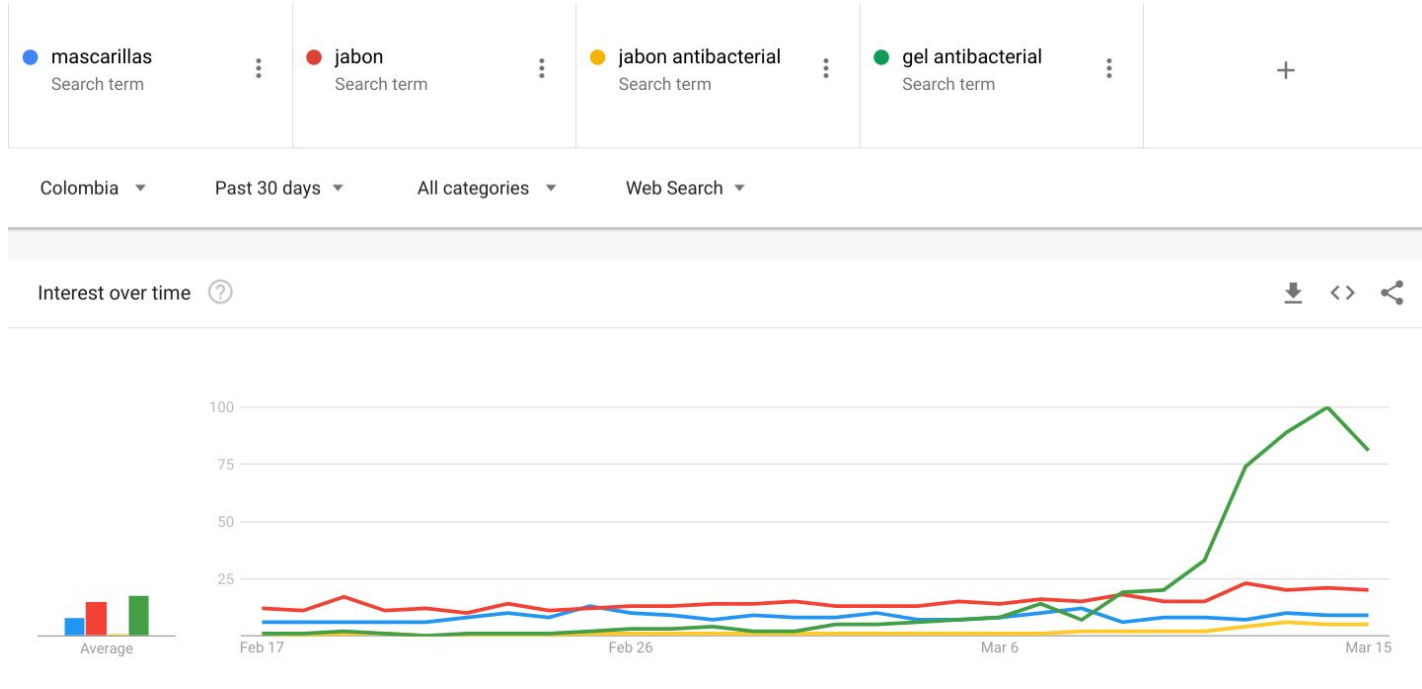
Updated 0326 GMT (1126 HKT) February 14, 2020



Source: [LINK](#)

External Source: [The evenings are empty.' People in China are using video games to keep each other company](#)

CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE PRODUCTOS DE HIGIENE



Source: [LINK](#)

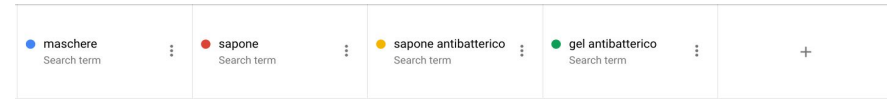
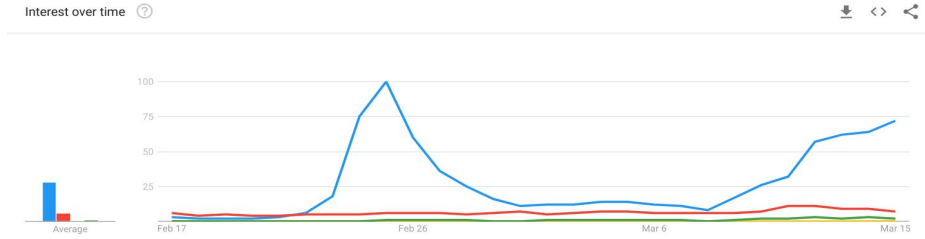


CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE PRODUCTOS DE HIGIENE

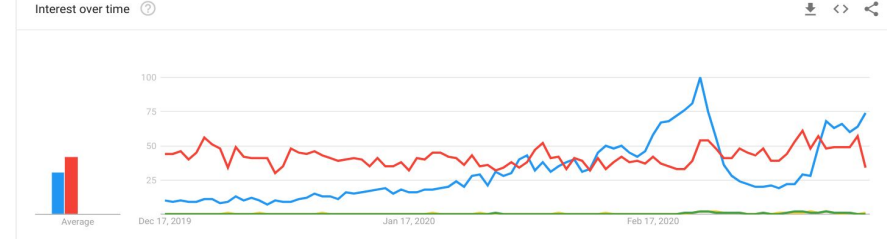
¿Qué pasó en España e Italia?



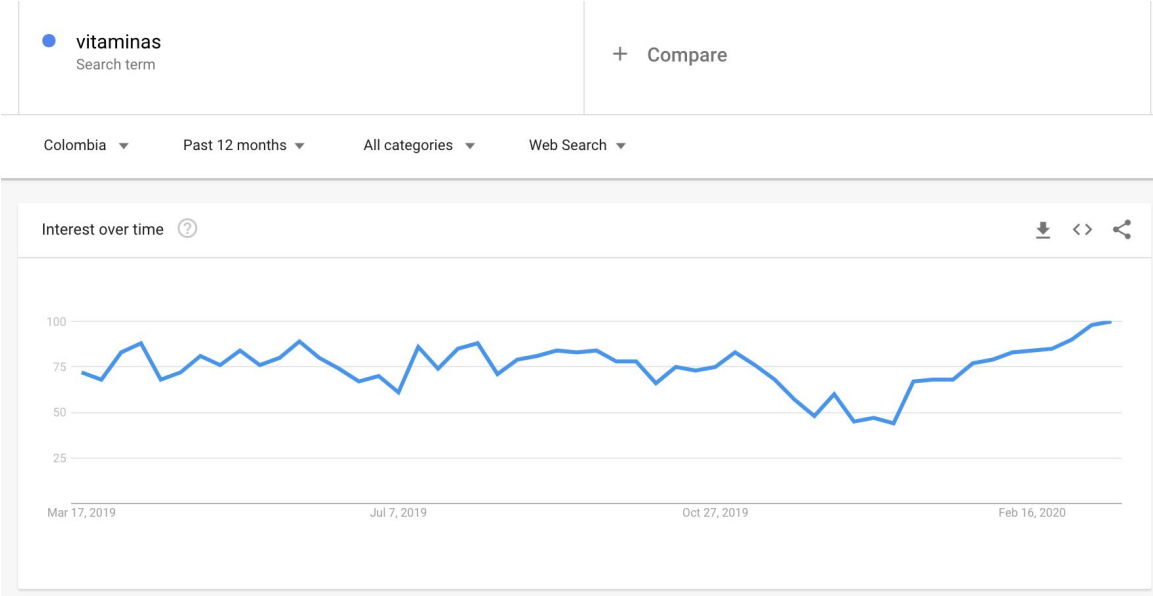
Spain Past 30 days All categories Web Search



Italy Past 90 days All categories Web Search



CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE VITAMINAS



Source: [LINK](#)



LA GENTE BUSCA SOBRE LIMPIEZA DE LA VIVIENDA

● limpieza casa
Search term

+ Compare

Spain ▾

Past 90 days ▾

All categories ▾

Web Search ▾

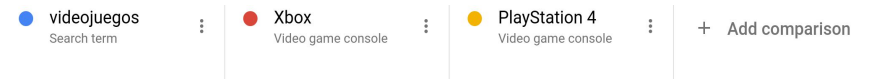
Interest over time ⓘ



Source: [LINK](#)

CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE VIDEOJUEGOS

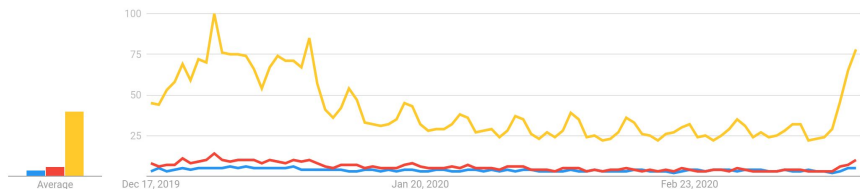
¿Qué pasó en España e Italia?



Spain Past 90 days All categories Web Search

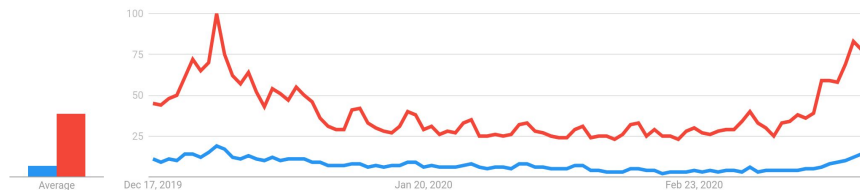
Note: This comparison contains both Search terms and Topics, which are measured differently. [LEARN MORE](#)

Interest over time   



Italy Past 90 days All categories Web Search

Interest over time   



RECURSOS EXTERNOS RETAIL:

(Inglés)

- Consumidores cambian sus compras del supermercado al canal online [\[Source\]](#)
- Tiempo en mobile incrementa mientras los consumidores luchan por el aburrimiento en casa [\[Source\]](#)
- Sector de lujo será particularmente golpeado [\[Source\]](#)
- Las categorías de los retailers son impactadas de diferentes formas [\[Source\]](#)
- Momentos críticos para los Retailers para reforzar la lealtad con sus clientes [\[Source\]](#)
- Incremento de Domicilio sin contacto físico [\[Source\]](#)

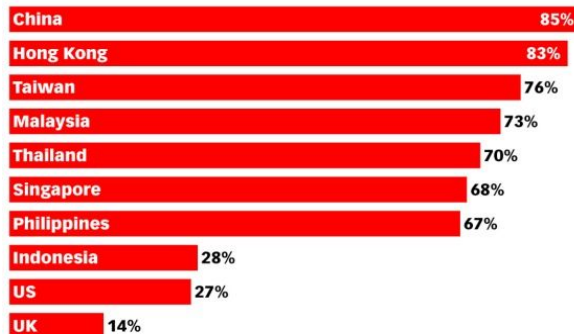
Cambios en canales de venta

LOS CONSUMIDORES ESTÁN CAMBIANDO LA FORMA EN LA QUE COMPRAN

Fuente: eMarketer

Internet Users in Select Countries Who Have Avoided Crowded Public Places to Protect Themselves from the Coronavirus, by Country, March 2020

% of respondents in each group



Note: ages 18+; in the past 2 weeks
Source: YouGov, March 3, 2020

253477

www.eMarketer.com

US Internet Users Who Are Currently Avoiding vs. Will Avoid Public Places/Travel if the Coronavirus Outbreak Worsens in the US, Feb 2020

% of respondents

	Currently avoiding	Will avoid
Public transportation	49.3%	73.1%
International travel (e.g., vacations, business trips)	47.4%	68.2%
Shopping centers/malls	47.2%	74.6%
Movie theaters	41.9%	66.6%
Medical centers/hospitals	38.9%	50.6%
Community centers	35.5%	56.9%
Restaurants/bars/coffee shops	35.3%	60.5%
Shops in general	32.7%	52.7%
Sports events	32.0%	58.8%
Other entertainment/leisure venues	21.6%	40.7%
Schools/colleges	21.1%	39.3%
My workplace	11.1%	17.0%
Other	2.4%	1.4%

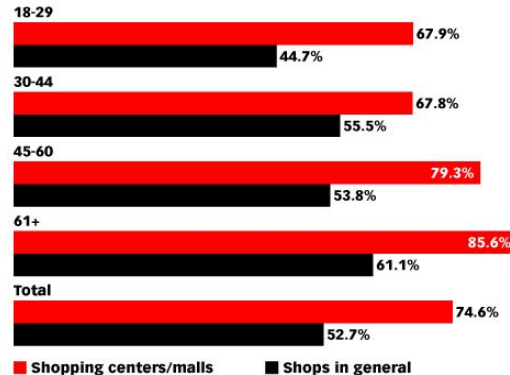
Note: currently avoiding n=532; likely to avoid n=1,121; ages 18+
Source: Coresight Research, "Coronavirus Briefing: Flash Report," Feb 28, 2020

253461

www.eMarketer.com

US Internet Users Who Are Likely to Avoid Stores if the Coronavirus Outbreak Worsens in the US, by Age, Feb 2020

% of respondents in each group



Note: n=1,121

Source: Coresight Research, "Coronavirus Briefing: Flash Report," Feb 28, 2020

253355

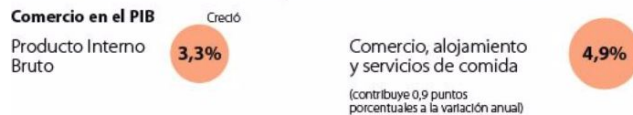
www.eMarketer.com

LOS CONSUMIDORES ESTÁN CAMBIANDO LA FORMA EN LA QUE COMPRAN

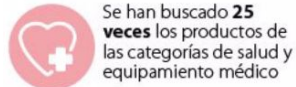
Fuente: La República



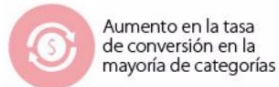
E-COMMERCE Y DOMICILIOS, ALTERNATIVAS PARA EL COMERCIO



E-commerce



Producto más buscado ● Tapabocas N95 ● Gel antibacterial



Categorías con más aumento

- Farmacias
- Restaurantes
- Supermercados



Medidas de los centros comerciales

- 1** Aplazamiento de conciertos
- 2** Publicarán avisos con recomendaciones generales
- 3** Protocolos sanitarios
 - Aumento frecuencia de limpieza
 - Desinfección de escaleras eléctricas, ascensores, pasamanos

Cámara de Comercio Electrónico



Promueve las compras de alimentos en línea

13 al viernes al 20 de marzo

Marcas que participan

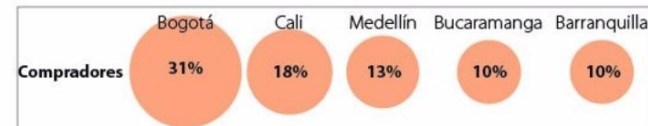


Comportamiento del E-grocery en Colombia (2018)

59,5% compra de alimentos online

20% compras realizadas y pagadas a través de internet

53% Transacciones subieron



Source: [LINK](#)

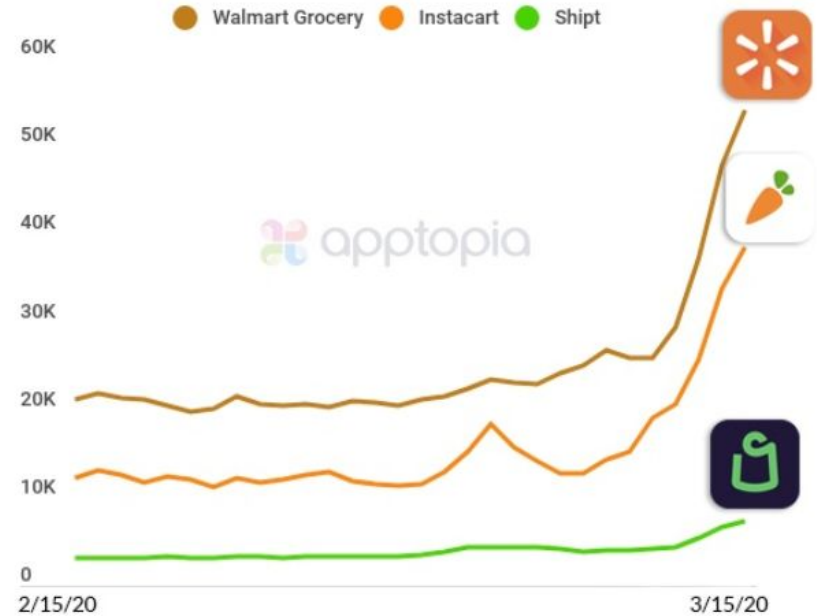
Grocery delivery apps see record downloads amid coronavirus outbreak

Comparing the average daily downloads in February to yesterday (Sunday, March 15), Instacart, Walmart Grocery and Shipt have seen their daily downloads surge by 218%, 160% and 124%, respectively.

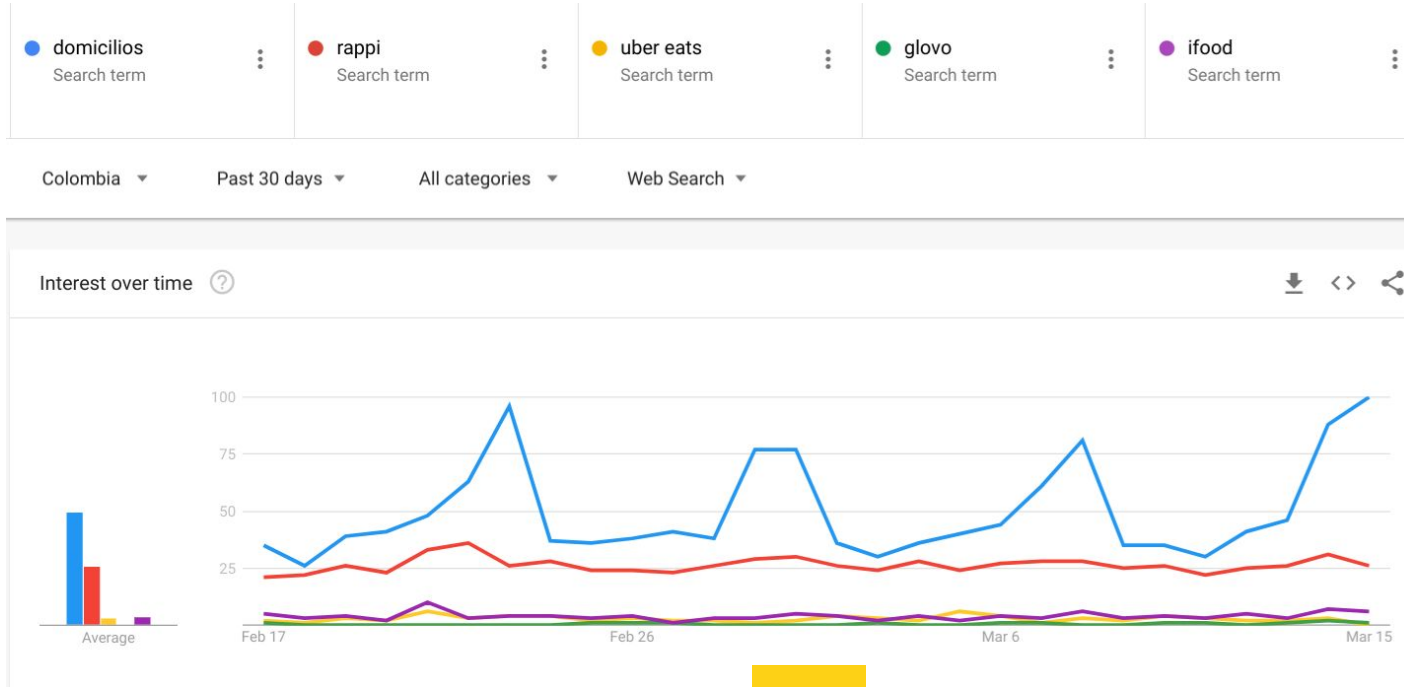
Typically, these apps (except for Shipt) see tens of thousands to as many as 20,000+ downloads per day. But on Sunday, Instacart saw more than 38,500 downloads and Walmart Grocery saw nearly 54,000 downloads, the firm says. Shipt, though hitting record numbers, saw only 7,285 downloads on Sunday. To some extent, its lower figures could be due to Target's move to integrate Shipt's grocery delivery service, which it owns, into its main app.

Source: [LINK](#)

Daily downloads of grocery delivery apps, U.S.



CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE SERVICIOS DE DOMICILIOS

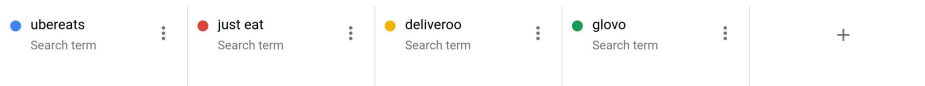


Source: [LINK](#)



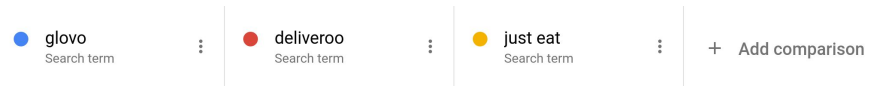
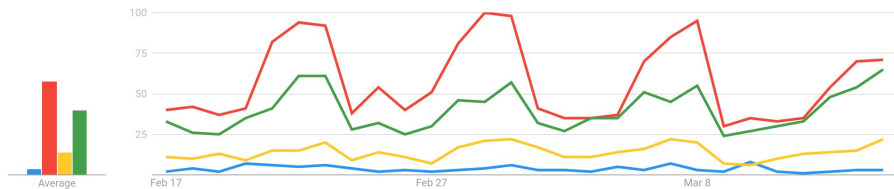
CRECEN LAS BÚSQUEDAS DE DOMICILIOS

¿Qué pasó en España e Italia?



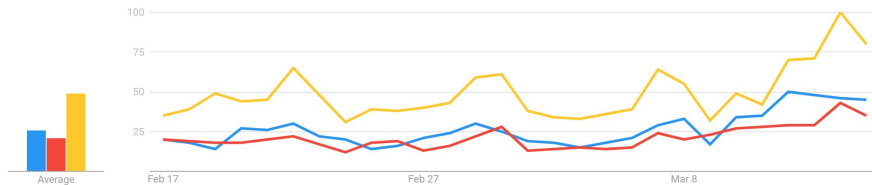
Spain Past 30 days All categories Web Search

Interest over time

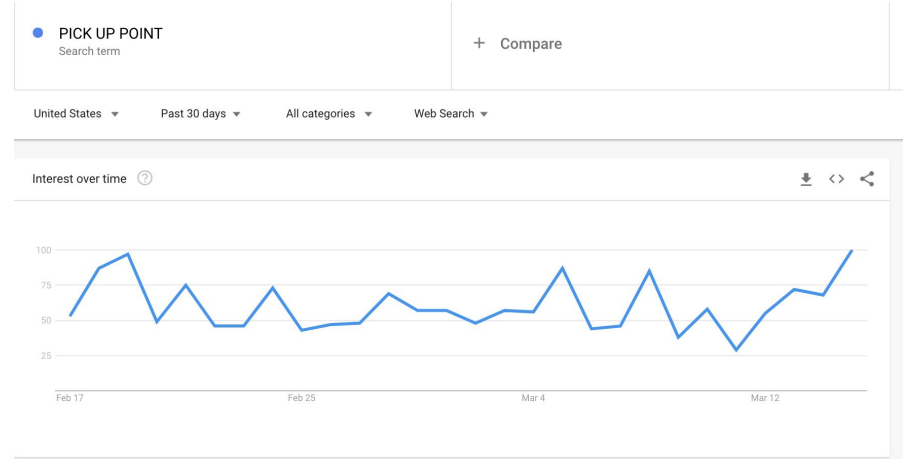
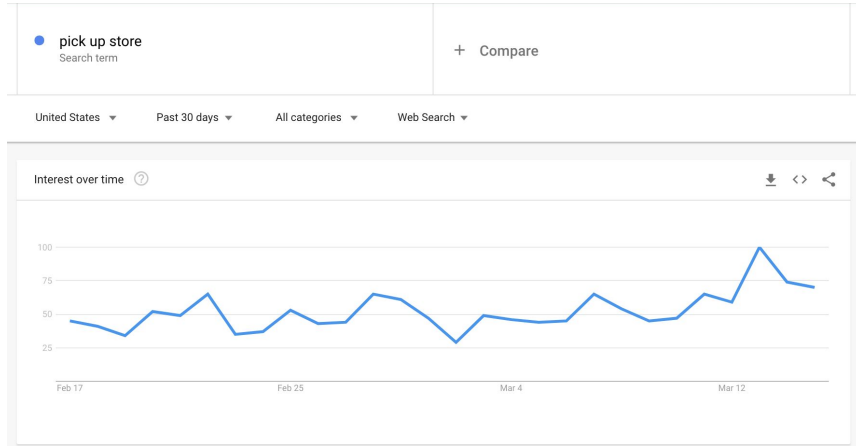


Italy Past 30 days All categories Web Search

Interest over time



CRECEN OTRAS MODALIDADES DE ENTREGA (USA)



Source: [LINK](#)

Resumen Ejecutivo

RESUMEN EJECUTIVO.

- **Todo lo relacionado con Virtual crece** a nivel de búsquedas. Lo hemos visto en España e Italia y lo estamos empezando a ver en Colombia. **Los usuarios buscan cómo ocupar su tiempo** en casa para entretenerse a sí mismos y a su familia.
- **Gaming, Video Online, Deportes y Cocina** son las actividades que más crecen en búsquedas.
- Cadenas de Abarrotes, Apps de delivery están creciendo.
- **Portátiles y Videojuegos son las categorías de tecnología que más crecen en búsquedas.**
- **Aumenta el interés de todo lo relacionado con cuidado personal e higiene** (Productos de limpieza y vitaminas)
- **Los canales de venta están experimentando un cambio hacia digital**

Recomendaciones

RECOMENDACIONES

- **Estar presentes en las búsquedas:** En las categorías con suficiente inventario asegurar que se asiste a sus clientes en las necesidades de abastecimiento que tienen.
- Clientes están más dispuestos a solucionar sus necesidades a través de **aplicaciones de Retailers**. Especialmente para comida, productos de aseo y farmacia. Es un buen momento para conectar con los clientes a través de este canal.
- Considerar avisar al cliente de los **productos que tendrán inventario limitado** en caso de no estar seguros de su disponibilidad final para el cliente.
- Impulsar alternativas de **entrega a domicilio y recogida en tienda**, para evitar que los clientes permanezcan en filas.
- **Revisar asignación de presupuestos para impulsar canales de comercio electrónico** y sin contacto directo con cliente.
- **Posponer cualquier A/B Testing o tests de incrementalidad** entendiendo que los resultados pueden estar viciados por la situación actual.
- **Considerar posponer Local Campaigns** y derivar tráfico a canales no presenciales de venta.
- **Aprovechar audiencias de CUSTOM INTENT y REMARKETING** en categorías menos impactadas.
- **Actualiza tus horarios de atención en GMB** y las formas de contacto.
- **Comunicar activamente opciones de pago y despacho contactless.**
- [Link a artículo](#) con otras recomendaciones tácticas.