

## 10 cosas que cambiaron en casa ante la nueva normalidad

- *Desde la forma de comunicarnos y relacionarnos con los demás, hasta rituales en casa y hábitos de compra, la contingencia sanitaria ha cambiado la manera en la que hacemos muchas cosas.*

**Ciudad de México, a 21 enero 2021-** Estamos ya en enero 2021, sin embargo, vale la pena reflexionar sobre el 2020 y los cambios en nuestras vidas que llegaron para quedarse. En un año que fue retador para todos en más de un sentido, aprendimos a sacar provecho de la situación y a adaptarnos a la nueva normalidad.

Ajustes en la rutina, nuevas formas de hacer las cosas y de disfrutar el tiempo libre, así como la transformación de nuestros hábitos personales, son parte de las cosas que este año nos trajo y que serán tendencia en 2021. Aquí las 10 cosas que llegaron para quedarse.

1. **Mayor limpieza en la casa.** A medida que avanzó el 2020, los hábitos de higiene y desinfección de los consumidores también aumentaron, en un esfuerzo por mantener los hogares libres de agentes externos. Tan solo durante el primer trimestre del año pasado, el mercado de desinfectantes en aerosol y sprays tuvo un crecimiento de 240% en comparación con 2019, donde productos desinfectantes alcanzaron sus mejores resultados en 10 años.
2. **Cocinar más en casa.** Una de las actividades en casa que más aumentó es cocinar. De acuerdo con la consultora Nielsen, algunos utensilios de cocina, sobre todo aquellos para hornear pasteles, aumentaron su demanda durante el periodo vacacional de Semana Santa de este año. Por otro lado, la compra del polvo para hornear Royal aumentó en un 74% contra el año anterior, debido principalmente al cambio de hábitos en el comportamiento del consumidor, quien hizo el cocinar y hornear en casa una actividad más recurrente.
3. **Cambios en la rutina de trabajo.** De acuerdo con un estudio aplicado por la firma Citrix Systems, sólo 4 de cada 10 empresas en México daba opciones de trabajo remoto a sus empleados, previo a la pandemia. Por otra parte, en la encuesta “Nueva Normalidad, nuevas formas de trabajo” realizada por PwC MES México, el 97% de los encuestados quiere que el trabajo a distancia se mantenga de forma permanente y el 58% cree que la productividad aumentó con esta modalidad.
4. **El boom de las plataformas de videollamada.** De acuerdo con un estudio realizado por la Asociación de Internet MX (AIMX), en conjunto con OCCMundial, previo a la pandemia más del 50% de las personas indicaron que las videollamadas no eran utilizadas con frecuencia en su trabajo. Sin embargo, el uso se incrementó de manera considerable a 9 de cada 10 encuestados. El empleo de estas herramientas también aumentó para la educación a distancia, pues plataformas como Zoom han reportado un crecimiento cuatro veces mayor a 2019, con ganancias de alrededor de 663.5 millones de dólares en el último año.

5. **Más compras generales en el anaquel digital.** De acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online, el 50% de las empresas que comercializan en México vía eCommerce duplicaron su crecimiento online durante la pandemia, donde se han visto especialmente beneficiados productos que previamente no tenían una presencia tan significativa en el canal, como los productos de despensa.
6. **Snacks, ahora comprados en línea.** De acuerdo con el estudio State of Snacking 2020 que realizó la multinacional Mondelēz International en alianza con la firma de investigación de mercados Harris Insights and Analytics, previo al 2020 era poco probable pensar en comprar galletas o chicles en internet, pero actualmente el 73% de las personas encuestadas en México empezó a comprar snacks online porque es más seguro (o menos riesgoso) y el 69% espera seguir comprando snacks online después de la pandemia. Y esto se refleja en resultados pues al cierre de 2020, Mondelēz México registró un crecimiento total en venta de snacks de 267% tan solo en el canal de e-commerce.
7. **Nuevos rituales para compartir.** Según la misma fuente, el 60% de las familias indicaron que han desarrollado nuevos rituales o rutinas durante la pandemia, por ejemplo, comer galletas o palomitas para ver la tele al terminar la tarea en casa. La convivencia virtual también ganó popularidad, muchos mexicanos recientemente celebraron la Rosca de Reyes y la navidad vía remota con otros miembros de la familia. De hecho, 28% de los Millennials encuestados han compartido un snack virtualmente en conferencias vía Zoom, Facetime o Whatsapp video.
8. **Mayor uso de dispositivos electrónicos.** De acuerdo con una encuesta realizada por la Universidad Panamericana, el 65% de las personas mayores de edad señalan que ha incrementado “mucho” o “bastante” el empleo de su teléfono celular derivado de la pandemia.
9. **El streaming es el rey.** De acuerdo con la firma de estadística Statista, a finales del año pasado, México estaba cerca de acumular casi 15 millones de suscriptores a servicios de video bajo demanda, plataformas que han tenido un auge importante debido al aislamiento social. Tan solo en el último año 3.3 millones de mexicanos contrataron algún servicio de este tipo, con lo que se estima un alza de 18.5 por ciento en número de usuarios.
10. **Gaming en casa.** el consumo de contenido relacionado con gaming ha sido uno de los que más ha crecido. Según datos de Arsenal.gg, tan solo en el periodo de marzo a junio de 2020, las horas vistas de contenido relacionado con videojuegos en plataformas como Twitch, Facebook Gaming y Youtube Gaming se incrementó un 25% en promedio. Tan solo el torneo Rivals, de la Liga Mexicana de Videojuegos, Trident y Halls tuvo 4,3 millones de reproducciones y un alcance de 7,1 millones de personas durante la temporada 2020 que se realizó 100% online.

Estos cambios de hábitos son parte de la transformación que hemos experimentado y sin duda seguirán presentes en este 2021, un año que no dejará de sorprendernos y seguirá enseñándonos a adaptarnos a un mundo que cambió para siempre.

¿Tú que otras cosas has cambiado en tu rutina habitual a raíz de la pandemia y cuarentena?

#### **Acerca de Mondelēz International**

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) empodera a las personas a disfrutar snacks de la manera correcta en más de 150 países alrededor del mundo. Con ingresos netos de aproximadamente 27 mil millones de dólares en 2020, MDLZ está liderando el futuro del *snacking* con marcas icónicas globales y locales como Oreo, Belvita, Cadbury Dairy Milk, Milka, Toblerone, Sour Patch Kids y Trident. Mondelēz International es orgulloso miembro de los índices bursátiles Standard & Poor's 500, NASDAQ 100 y del Dow Jones Sustainability Index. Por favor visite [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) o siga a la compañía en Twitter en [www.twitter.com/MDLZ](https://www.twitter.com/MDLZ)

#### **Acerca de Mondelēz México**

Mondelēz ha estado presente en México por más de 90 años. Actualmente genera más de 6 mil empleos y cuenta con un portafolio diverso de marcas icónicas como Trident, Oreo, Queso Crema Philadelphia, Clorets y Tang. México es el segundo mercado más importante para Mondelēz International en la región de Latinoamérica, gracias a sus tres plantas productoras que exportan a más de 26 países y a su liderazgo en los mercados nacionales de Queso Crema, Bebidas en Polvo y Gomas de mascar, donde 7 de cada 10 chicles que se consumen en el país son producidos por la compañía. El compromiso con la innovación y el consumidor impulsa el propósito de la compañía para lograr que Mondelēz se escriba con 'M' de México.