

CAMINANDO EN LOS ZAPATOS DE LOS FUTUROS CONSUMIDORES

Plenaria 3GF

Durante el panel “Caminando en los zapatos de los Futuros consumidores”, el moderador Michael Kunhdt, Director de CSCP, invitó a 4 consumidores de clase media del futuro, quienes dieron a conocer cuáles son sus necesidades de consumo en el año 2025, es decir, en 11 años más.

Cada uno de ellos con un perfil diferente de consumo, en donde se identificaban 4 tendencias:

- El consumidor por conveniencia, no cree en la sustentabilidad en los productos/servicios, sólo la abala por contar con un mejor precio y calidad
- El consumidor que confía en las marcas verdes, buscando a través de las redes sociales y personales referencias para consumir
- El consumidor práctico, padre de familia y estudiante, que busca una mejor calidad a menor precio, y cree más en las opiniones de un producto/servicio que en la publicidad;
- El consumidor sustentable, que está dispuesto a pagar más por un producto mientras éste sea sustentable y verde, entregando su posición política/ideológica sobre el consumo a través de su compra.

Luego de esto, los mismos consumidores realizaron preguntas a líderes de la sesión, quienes consideraron relevante para satisfacer al Consumidor del Futuro el que:

- Es necesario como gobiernos proveer las necesidades básicas, pero de manera incluyente y sustentable.
- La necesidad de comprometer a la gente en el consumo sustentable, y que la gente esté en el centro de los compromisos de los legisladores y generadores de políticas.
- Contar con tecnología que reduzca el valor de producción para entregar commodities verdes.

Finalmente, se determinaron que las exigencias del Consumidor del Futuro serán:

- Contar con productos/servicios que tengan buen precio y conveniencia para el consumidor, el que será aun más informado y selectivo.
- El que las empresas cambien y re establezcan nuevas maneras de relacionarse, ya que el consumidor no sólo quiere información, sino que también ser parte activa de la estrategia social, ambiental y económica de la empresa que elija para consumir.
- Se preocupará de lo que se hace, no lo que se dice, por lo que el actuar sustentablemente con todos los públicos de interés es fundamental.

Al cierre de esta plenaria, intervino la Primera Ministra Danesa, quien destacó que el Consumidor del Futuro tiene valores claros sobre lo que quiere para ellos y sus familias. La opinión de los consumidores y elección pueden generar la transformación esperada. Lo relevante es que ellos entiendan el problema en el consumo y producción que hay actualmente, para que se comprometan y sientan que su decisión de compra sí importa.

En conclusión el consumidor de 2025 es muy similar al consumidor que ya está apareciendo fuertemente hoy, por lo que la colaboración entre gobiernos, sociedad civil, empresas y ciudadanos, de manera holística e inclusiva, es sumamente importante para poder satisfacer y generar una Economía de Consumo Sustentable y Verde en el futuro. Apoyar las soluciones innovadoras, es la manera de avanzar, según las palabras de la Primera Ministra.