

La brújula del nuevo consumidor en Colombia

El pulso del consumo, en tiempo real



Shape the future
with confidence

- **EY Future Consumer Index** es una herramienta que revela cómo cambian los consumidores: lo que piensan, sienten y hacen. No predice por intuición: muestra la realidad del mercado con datos accionables.

- **De datos a decisiones estratégicas**

El estudio transforma información en inteligencia práctica para:

- ▶ **Identificar** tendencias
- ▶ **Reconocer** nuevos grupos de consumidores
- ▶ **Anticipar** movimientos del mercado
- ▶ **Tomar** decisiones con ventaja competitiva

- **Hallazgos clave en Colombia**

Precio como ángulo principal



El **45%** de los colombianos prefiere marcas más baratas con calidad similar. Descuentos, promociones y programas de fidelización marcan la pauta.

1

Innovación por encima del precio



En moda, calzado y cuidado personal, **+50%** de los consumidores priorizan la innovación frente al costo. El diseño, la funcionalidad y la sostenibilidad pesan más que el precio.

2

El auge de las marcas propias



El **54%** cambiaría a marcas privadas en alimentos frescos.

El **53%** lo haría en productos de hogar.

El **51%** en ropa y calzado.

Pero en alimentos procesados aún domina la tradición (**34%** mantiene marcas tradicionales).

3

Nuevos canales de descubrimiento



47% descubre productos en redes sociales.

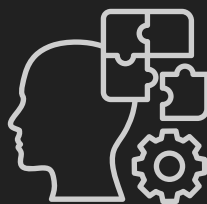
46% en medios tradicionales.

47% por voz a voz.

El consumidor explora desde múltiples frentes.

4

Tecnología y confianza en la mira



La IA gana terreno en personalización y eficiencia.

Pero solo el **27%** de los consumidores dice entenderla completamente.

La transparencia en el uso de datos será decisiva.

5

• La clave

El consumidor colombiano de 2025 se mueve entre precio, innovación y confianza tecnológica.

El reto para las marcas: adaptarse con agilidad a un terreno donde la lealtad se construye día a día.