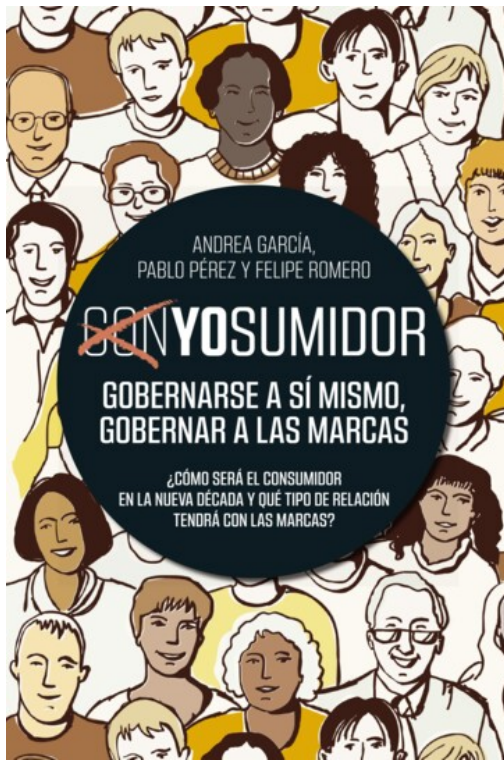




Fecha de publicación:
11/05/2022

Sello Editorial:
Gestión 2000

Contacto de prensa

Nombre: María José Bertrán

Email: mjbertran@planeta.es

Yosumidor

Andrea García, Pablo Pérez y Felipe Romero

Una radiografía del nuevo consumidor tras la pandemia: centrado en el yo y en controlar de nuevo su vida, exigente y digital

El consumo es una parte esencial de nuestra forma de estar en el mundo. Y la pandemia lo alteró radicalmente: cambiaron los canales de compra, las categorías a las que se dedicaba el gasto, la relación con las marcas y la percepción de lo que era o no relevante a la hora de comprar un producto.

Este libro, que se sustenta en una serie de estudios sobre el impacto de la pandemia en el consumidor español, realizados por Google y The Cocktail Analysis durante la crisis y a su finalización, atiende a cómo los españoles se relacionarán con el consumo tras la experiencia COVID-19. Pero, más allá de eso, utiliza la crisis reciente como un laboratorio experimental para entender el papel del consumo en nuestras vidas y ver, por contraste, cuáles eran los comportamientos previos que dábamos por sentados, a los que no prestábamos atención y que quedan ahora cuestionados.

En un momento en el que las sociedades están obligadas a repensarse, *Yosumidor* identifica las grandes tendencias de consumo que venían fraguándose desde hace años y que la pandemia ha desatado, y plantea los rasgos que caracterizarán al nuevo consumidor y que dominarán la próxima década.

Andrea García, Pablo Pérez y Felipe Romero

Andrea García es socióloga de formación, postgrado en Investigación y Técnicas de Mercado (CIS, Centro de Investigaciones Sociológicas). Durante los últimos diez años su experiencia ha estado centrada en aplicar conocimiento de consumidor a proyectos de conceptualización y desarrollo de productos y servicios digitales en España, México y Colombia. Actualmente es directora de proyectos en The Cocktail Analysis

Pablo Pérez se incorporó a Google España como Head of Market Insights en 2017, tras haber trabajado en el equipo de investigación de mercados de España y Suiza de P&G. Se licenció en Física por la Universidad de Valencia y fue becado por la Fundación "la Caixa" para cursar un MBA en la China Europe International Business School (CEIBS) de Shanghai. Colabora habitualmente con ThinkWithGoogle, ha ganado en dos ocasiones el premio a la «Investigación más innovadora» de I+A, asociación a la que pertenece, y forma parte de la Junta Directiva de AIMC.

Felipe Romero es CEO de The Cocktail Analysis y socio de The Cocktail, una consultora de desarrollo de productos y servicios digitales. Psicólogo de formación, durante más de veinte años se ha dedicado a analizar a los consumidores español y latinoamericano. Es ponente habitual en eventos sobre tendencias de consumo y entornos digitales y autor del libro *Crossumer* (Gestión 2000, 2008).