FUND FOCUS

04.06.2021



Estar a la altura del nuevo consumidor

Publicado Longitud

4 De Junio De 2021 💍 3 minuto(s) de lectura

Tomar constantemente el pulso a los consumidores es crucial para las empresas, ya que el comportamiento de los compradores cambia rápidamente y evoluciona en el marco de tendencias más amplias. Una de las principales prioridades del equipo de renta variable de Carmignac es anticipar las pautas de consumo para deducir si las empresas en las que invertimos están bien posicionadas en este ámbito.

Análisis de datos

Estudiamos cómo y dónde compran las personas, así como las diferencias que existen entre países y grupos demográficos.

Encuestas

También seguimos de cerca la respuesta de los consumidores a los productos y servicios de la competencia, sobre todo mediante encuestas.

La prevalencia de lo digital: ¿una tendencia temporal o permanente?

Todos sabemos que la forma de consumir ha cambiado drásticamente en los últimos años. Ahora hay aplicaciones para casi todo y utilizamos los teléfonos para consultar las noticias, pedir comida, controlar nuestro sueño e incluso invertir.

Firmas ampliamente conocidas, como Amazon o Uber, o sus homólogas emergentes, JD.com, Sea Limited y MercadoLibre se han disparado en 2020, ya que la dinámica de quedarse en casa ha obligado a las personas a consumir de forma diferente. Ahora, la pregunta clave para estas empresas es si la tasa de adopción se ha visto impulsada únicamente debido al confinamiento y si, por tanto, la interacción de los usuarios con estas compañías disminuirá a medida que las economías vayan reabriendo. ¿Hemos alcanzado todo el potencial de estas firmas beneficiadas por la pandemia de COVID-19?



Fuente: Carmignac, 2021. La composición de la cartera puede variar con el tiempo y sin previo aviso. Las marcas comerciales y logotipos no implican ninguna afiliación ni garantía por parte de los mismos.

En Carmignac, estamos convencidos de que la temática general de la digitalización aún no se ha desarrollado del todo, por varias razones:

La importancia de los hábitos. Podemos percibir en algunos países que ya han reabierto su economía que los consumidores siguen pidiendo comida a domicilio, comprando online, etc.

La penetración continúa siendo baja. Especialmente en algunos ámbitos como la alimentación y en determinadas regiones como Europa y los mercados emergentes.

Expansión de los márgenes. Tras años de sólido crecimiento, estas plataformas deberían registrar una mejora de su margen de beneficios a medida que aumenten la monetización de sus ecosistemas.

Más allá del comercio electrónico, la digitalización debería seguir extendiéndose a otros aspectos de nuestro día a día. Por ejemplo, un ámbito en el que la digitalización se está acelerando es el de la educación, pero se encuentra en las primeras fases de la adopción tecnológica a pesar de haber crecido muy rápidamente desde la aparición del virus.

La necesidad de cambiar

Curiosamente, aunque la digitalización ha revolucionado nuestra forma de consumir, también ha reforzado nuestra necesidad de **autenticidad y experiencia**.

Nos centramos cada vez más en las empresas que van más allá a la hora de **humanizar las transacciones** o de reinventar nuestros hábitos de compra. Por ejemplo, algunas plataformas brindan una marcada diferenciación frente a otros mercados, ya que consiguen que la gente sienta que hay una persona detrás de cada artículo. Podemos citar el caso de Etsy, una plataforma de comercio electrónico con una «comunidad de vendedores» compuesta por emprendedores creativos / artistas que permiten a Etsy ofrecer una colección de productos únicos.

En cuanto a la **experiencia**, nos fijamos en las empresas capaces de ofrecer al consumidor una experiencia única en tienda, como Ferrari o Lululemon en el ámbito de la ropa deportiva, que utilizan la realidad aumentada para que el cliente pueda probar sus productos.



Otro cambio interesante que estamos presenciando es la preferencia por un consumo más sostenible. También hemos asistido a una clara tendencia al alza en la producción y venta de vehículos eléctricos. Si bien es cierto que ello se ve respaldado por las ayudas públicas y la adaptación de las infraestructuras, también denota un cambio en las preferencias de los consumidores, del que hemos tratado de sacar partido en nuestra cartera.

La necesidad de exclusividad

Por último, este nuevo consumidor sigue buscando la exclusividad, un aspecto que las empresas de lujo tratan claramente de ofrecer. La gente sigue anhelando productos que no muchos pueden conseguir. La empresa Hermès dificulta deliberadamente el acceso de los consumidores a algunos de sus bolsos más codiciados, como el Birkin y el Kelly. No se pueden comprar estos artículos online, y como la marca ya no ofrece listas de espera a través de sus tiendas, es necesario tener una relación previa con Hermès para adquirir uno. Además, la escasez de estos bolsos también hace que conserven su valor en los mercados de segunda mano. Los bolsos de Hermès alcanzan el 80 % de su precio de venta al público cuando se revenden, mientras que los de Chanel y Louis Vuitton solo alcanzan el 63 %.

Encuentra estas nuevas tendencias en nuestra selección de valores en:



En busca de los ganadores del presente y del futuro

Fondo de renta variable internacional sin restricciones en términos de regiones, sectores o capitalizaciones

Catalizadores de la rentabilidad que combinan tendencias a largo plazo y oportunidades tácticas.

Un proceso de inversión disciplinado basado en el análisis bottom-up de los fundamentales para maximizar la generación de alfa

Carmignac Investissement A EUR Acc

ISIN: FR0010148981

Duración mínima recomendada de la inversión



Principales riesgos del Fondo

RENTA VARIABLE: Las variaciones de los precios de las acciones cuya amplitud dependa de los factores económicos externos, del volumen de los títulos negociados y del nivel de capitalización de la sociedad pueden influir negativamente en la rentabilidad del Fondo.

TIPO DE CAMBIO: El riesgo de cambio está vinculado a la exposición, por medio de inversiones directas o de instrumentos financieros a plazo, a una divisa distinta de la divisa de valoración del Fondo.

GESTIÓN DISCRECIONAL: La anticipación de la evolución de los mercados financieros efectuada por la sociedad gestora tiene un impacto directo en la rentabilidad del Fondo que depende de los títulos seleccionados.

El fondo no garantiza la preservación del capital.

Fuente: Carmignac, a 30/4/2021

Este artículo es un material publicitario. El presente artículo está dirigido a clientes profesionales Este artículo no puede reproducirse ni total ni parcialmente sin la autorización previa de la sociedad gestora. No constituye una oferta de suscripción ni un consejo de inversión. La información contenida en este documento puede ser parcial y puede modificarse sin previo aviso. La mención a determinados valores o instrumentos financieros se realiza a efectos ilustrativos, para destacar determinados títulos presentes o que han figurado en las carteras de los Fondos de la gama Carmignac. Ésta no busca promover la inversión directa en dichos instrumentos ni constituye un asesoramiento de inversión. La Gestora no está sujeta a la prohibición de efectuar transacciones con estos instrumentos antes de la difusión de la información. Carmignac Portfolio es un sub fondo de Carmignac Portfolio SICAV, una compañía de inversión bajo derecho luxemburgués, conforme a la Directiva UCITS. Los Fondos son fondos comunes de derecho francés (FCP) conforme a la directiva UCITS. La referencia a una clasificación o premio, no garantiza futuros resultados de los fondos o del gestor. Las carteras de los Fondos Carmignac podrían sufrir modificaciones en todo momento. Las rentabilidades históricas no garantizan rentabilidades futuras. La rentabilidad es neta de comisiones (excluvendo las eventuales comisiones de entrada aplicadas por el distribuidor). El acceso al Fondo puede ser objeto de restricciones para determinadas personas o en determinados países. El Fondo no está registrado en Norteamérica ni en Sudamérica. No ha sido registrado de conformidad con la US Securities Act of 1933 (ley estadounidense sobre valores). No puede ofrecerse o venderse ni directa ni indirectamente a beneficio o por cuenta de una «persona estadounidense» (U.S. person) según la definición contenida en la normativa estadounidense «Regulation S» y/o FATCA. El fondo tiene un riesgo de pérdida de capital. Los riesgos y los gastos se describen en el documento de datos fundamentales para el inversor (DFI). El folleto, el DFI, los estatutos de la sociedad o el reglamento de gestión y los informes anuales del Fondo se pueden obtener a través de la página web www.carmignac.com/es, mediante solicitud a la sociedad. Antes de la suscripción, se debe hacer entrega al suscriptor del DFI y una copia del último informe anual. El Fondo se encuentra registrado ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores de España, con el número 385.