



JULIO 2025

Enfoka-Trends

Wiser Wallets: el consumo estratégico

Wiser Wallets: el consumo estratégico

La tendencia de las wiser wallets o carteras sabias ha surgido como consecuencia de los tiempos de inestabilidad económica y social que hemos vivido durante los últimos años. La prolongada incertidumbre económica ha creado esta nueva pauta de consumo que perdura, incluso en la actualidad, cuando la inflación mundial se ha visto moderada.

Los protagonistas de esta tendencia son personas consumidoras que están empezando a ser más prudentes con sus gastos, sopesando el valor de sus compras en función de sus prioridades, tanto en términos de necesidades actuales como de demandas futuras.

Aunque parezca que esta no es una tendencia nueva y que la gente siempre ha intentado gastar con prudencia, debido a las circunstancias que atraviesa y seguirá atravesando el mundo, el número de consumidores que intentan gastar con prudencia está aumentando en todos los países.

El 44 % de las personas que forman este perfil de consumo afirman que se sentían financieramente seguras en 2024 a pesar de lo cual un 48% también asegura que esperaban haber ahorrado más de lo que han ahorrado finalmente, además el 72% trasladan estar preocupadas por el aumento del coste de los artículos de uso diario. Sin embargo, curiosamente el 50% dicen estar dispuestas a gastar dinero para ahorrar tiempo.

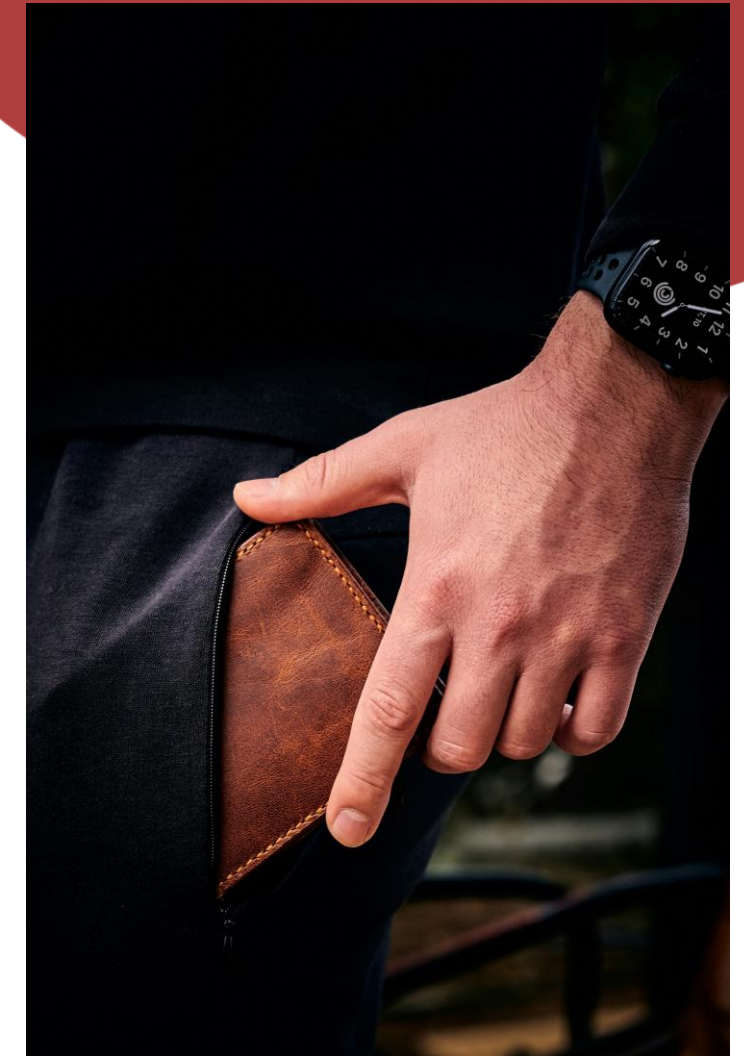


Imagen de [Dmitrii Tarnovski](#) en [Unsplash](#)

Wiser Wallets: el consumo estratégico

Las personas consumidoras de hoy en día son más conscientes de sus gastos. La tendencia "Wiser Wallets" refleja un cambio hacia las compras con enfoque en el valor, donde las personas priorizan la necesidad, la durabilidad y los beneficios a largo plazo sobre las compras impulsivas. Según McKinsey, el 74 % de la clientela ha cambiado sus hábitos de compra debido a la creciente presión económica, centrándose más en la asequibilidad y el valor.

Cuando consumen consideran tanto sus prioridades actuales como las futuras: ¿cómo este producto o servicio satisface una necesidad inmediata y, al mismo tiempo, ofrece beneficios a largo plazo? Esto significa que las opciones rentables no siempre son las opciones elegidas.

Tomemos como ejemplo los productos de belleza y cuidado personal, donde el crecimiento de las ventas minoristas de productos premium supera al de las alternativas de consumo masivo. La persona consumidora prefiere pagar algo más si el producto le asegura mejores resultados en el futuro que el formato más económico.

Las personas consumidoras se centran en el valor integral y esperan que las marcas ofrezcan incentivos significativos con un impacto a largo plazo, pero solo las marcas que demuestran un valor añadido creíble se beneficiarán de esta tendencia.



Imagen de [Dmitrii Tarnovski](#) en [Unsplash](#)

Wiser Wallets: el consumo estratégico

Esta tendencia presenta tanto desafíos como oportunidades para las pequeñas empresas. Si bien las personas consumidoras están reduciendo gastos innecesarios, también están dispuestas a invertir en productos y servicios que ofrezcan beneficios claros. Las pequeñas empresas que priorizan la calidad, la transparencia y que puedan demostrar el valor aportado por sus productos serán las que prosperarán.

Por su parte las y los compradores cada vez investigan más a fondo antes de adquirir los productos, exigiendo mayor transparencia en precios, abastecimiento y calidad de los mismos. Según el informe de Euromonitor Internacional, el 57% de las personas consumidoras investigó exhaustivamente los productos y servicios que consumió en 2024.

La disminución de las compras impulsivas, solo el 18% de las personas encuestadas por Euromonitor Internacional afirmaron haber realizado compras impulsivas con frecuencia en 2024, significa que las empresas deben cambiar sus estrategias de marketing para centrarse en el valor a largo plazo en lugar del atractivo a corto plazo.

También señalar que las opciones de pago flexibles como "Comprar ahora, Pagar después" (BNPL) están siendo cada vez más importantes, a medida que las personas consumidoras buscan formas de administrar sus presupuestos de manera efectiva.

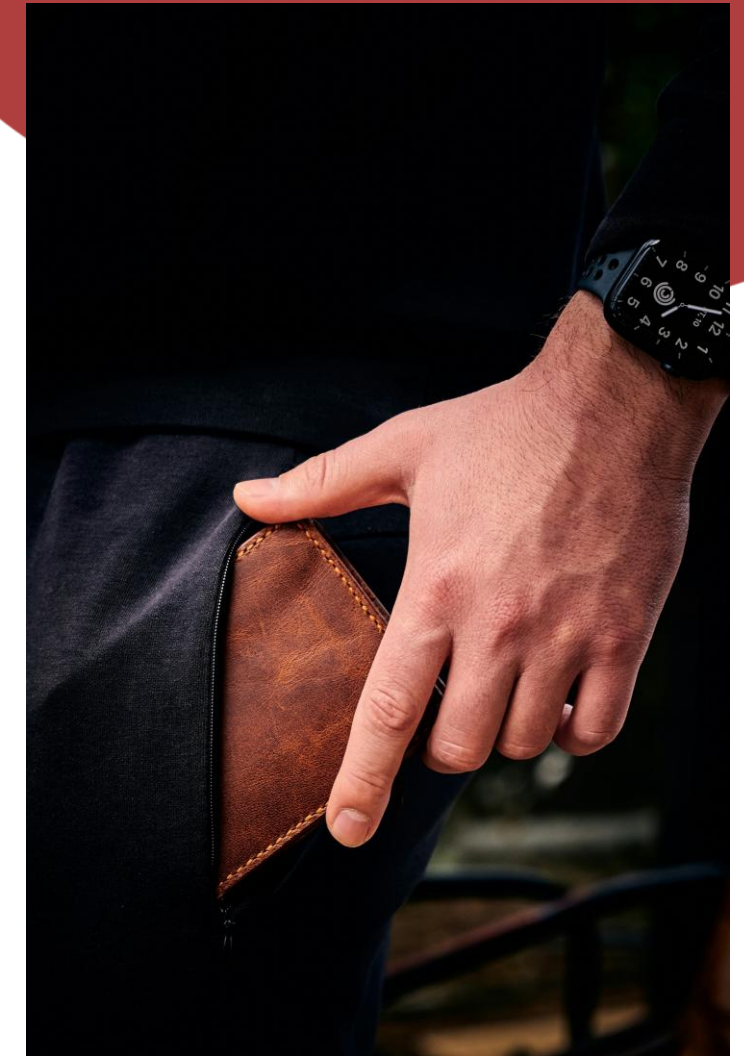


Imagen de [Dmitrii Tarnovski](#) en [Unsplash](#)

Wiser Wallets: el consumo estratégico

Los comercios pueden beneficiarse al centrarse en un marketing basado en valores, posicionar sus productos como inversiones inteligentes en lugar de gastos, dejar en claro a su público objetivo que su producto es la opción inteligente haciendo hincapié en donde está su aportación de valor.

Dado que la clientela parece haber comenzado a investigar sobre los productos y servicios, durante su recorrido de compra, las empresas pueden aprovechar contenidos educativos, como blogs, videos y guías, para brindar la información que busca dicha clientela y así tener más canales para comunicar el valor que ofrecen.

Los comercios también pueden interactuar con su clientela y audiencia objetivo en foros para agregar más canales que puedan utilizar en su comunicación y, dado que los motores de búsqueda están comenzando a integrar estos foros entre sus resultados también pueden aumentar la visibilidad y el conocimiento del negocio.

Además, priorizar la sostenibilidad y las prácticas éticas puede atraer a las personas consumidoras que estén dispuestas a pagar más por marcas que se alineen con sus valores.

Las marcas que ofrecen apoyo, ya sea mediante ayuda financiera, participación comunitaria o simplemente comunicación empática, serán recordadas y apreciadas. Estas acciones no solo mejoran la reputación del negocio, sino que también fomentan las relaciones a largo plazo con la clientela.

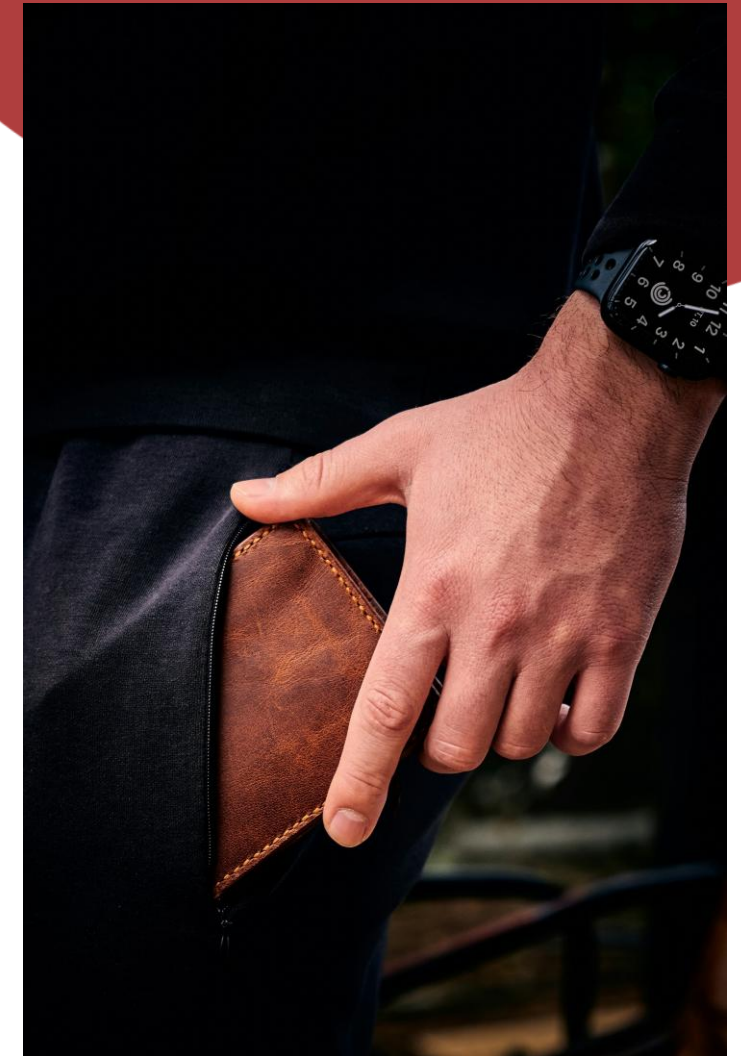


Imagen de [Dmitrii Tarnovski](#) en [Unsplash](#)

Wiser Wallets: el consumo estratégico

Para adaptarse a la economía de las "billeteras inteligentes", los negocios deben implementar estrategias inteligentes centradas en la clientela, algunas ideas:

- Centrarse en el marketing orientado al valor:
 - Mostrar durabilidad, funcionalidad y ahorro a largo plazo en sus mensajes.
 - Utilizar testimonios y comparaciones para resaltar la relación coste-efectividad.
 - Posicione su producto como una "inversión inteligente".
- Fortalecer la presencia digital y la prueba social:
 - Optimizar su sitio web y las descripciones de sus productos para SEO y búsqueda por voz.
 - Resaltar las reseñas y el contenido generado por las y los usuarios para generar confianza.
 - Invertir en la participación en las redes sociales para demostrar social proof (Cuanto mayor sea el número de personas que consideran correcta una idea, más correcta será esa idea).
 - Si se tiene una tienda física, prestar atención a Google My Business y animar a la clientela a dejar reseñas.
- Ofrecer programas de pago flexibles y de fidelización:
 - Integrar opciones BNPL (Compre ahora, pague después) a través de Klarna, Afterpay o PayPal.
 - Ofrecer descuentos basados en suscripciones para fomentar relaciones a largo plazo y aumentar el valor de vida del cliente (LTV).
 - Crear un sistema de recompensas de fidelidad para incentivar las compras repetidas.

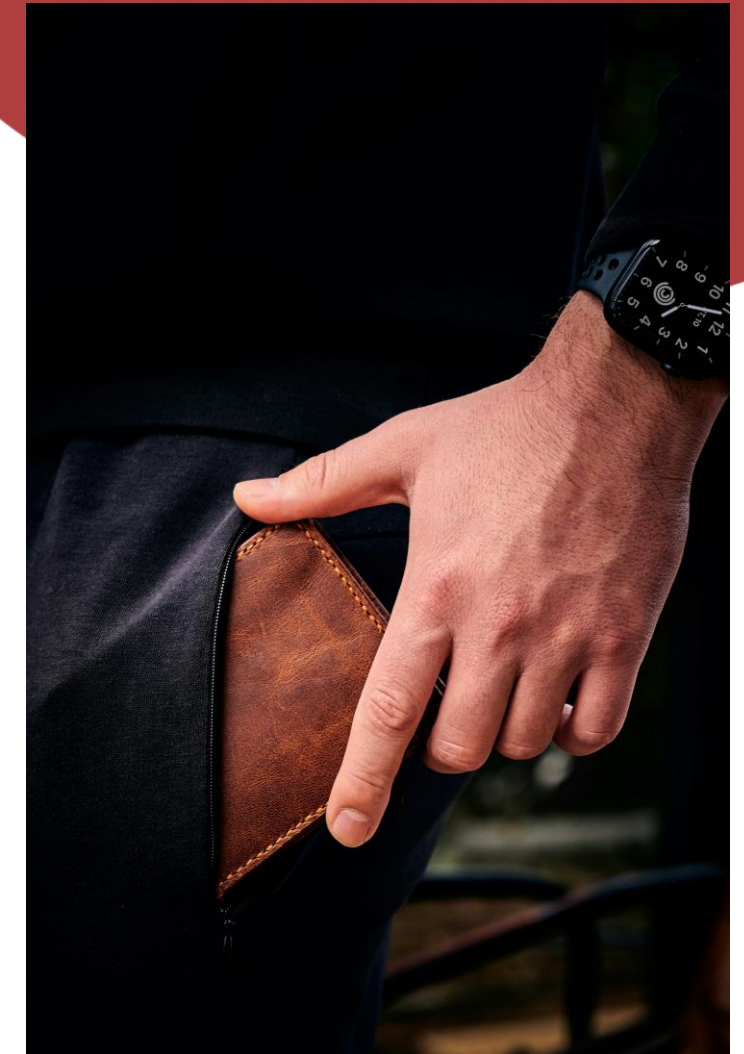


Imagen de [Dmitrii Tarnovski](#) en [Unsplash](#)

Wiser Wallets: el consumo estratégico

- Priorizar el contenido educativo y el liderazgo intelectual:
 - Publicar guías prácticas, comparaciones de productos y consejos económicos.
 - Utilizar marketing de vídeo, seminarios web y preguntas y respuestas en vivo para interactuar con la audiencia.
 - Posicionar su negocio en base a su asesoramiento de confianza y no solo como un canal de venta.
- Ser transparente en cuanto a precios y ética:
 - Comunicar claramente el origen del producto, los costos y los estándares de calidad.
 - Alinear su marca con la sostenibilidad y las prácticas comerciales éticas .
 - Responder a las consultas de los clientes de forma abierta y auténtica.

La tendencia de las "Wiser wallets" llegó para quedarse, y los comercios que se adapten prosperarán. Al centrarse en el valor, la transparencia y la educación de la clientela puede convertir a las y los consumidores estratégicos en clientela fiel.



Imagen de [Dmitrii Tarnovski](#) en [Unsplash](#)

Bibliografía

- **Aly Sherif (Medium, 2025)** *The “Wiser Wallets” Trend: How small businesses can adapt and thrive.* Recuperado el 28 de julio de 2025 de <https://medium.com/@alysherif2/the-wiser-wallets-trend-how-small-businesses-can-adapt-and-thrive-e01665fd61cf>
- **New Zeland Marketing (2024)** *Marketing trend report: Wallet wise.* Recuperado el 28 de julio de 2025 de <https://nzmarketingmag.co.nz/marketing-trend-report-wallet-wise/>
- **Andres Giraldo (Forbes, 2025)** *No todo es precio: el consumidor en entornos financieros desafiantes.* Recuperado el 28 de julio de 2025 de <https://forbes.co/2025/03/26/red-forbes/no-todo-es-precio-el-consumidor-en-entornos-financieros-desafiantes>
- **Euromonitor International (2024)** *Wiser wallet consumers worry about cost and expect added value from purchases.* Recuperado el 28 de julio de 2025 de <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/november-2024/wiser-wallet-consumers-worry-about-cost-and-expect-added-value-from-purchases-euromonitor-international>
- **Estera Sava (The paypers, 2024)** *Wiser wallets: strategic spends for better self-investments.* Recuperado el 28 de julio de 2025 de <https://thepaypers.com/expert-opinion/wiser-wallets-strategic-spends-for-better-self-investments--1271831>
- **Silvia gamba Sanchez (Mundo Expo Pack, 2025)** *Cinco macrotendencias de consumo que se consolidan en 2025.* Recuperado el 28 de julio de 2025 de <https://www.mundoexpopack.com/tendencias/comercio-electronico-empaque-directo-al-consumidor/article/22932761/tendencias-de-consumo-para-2025>