

CÓMO

HEMOS

CAMBIADO



En este medio siglo, los patrones de consumo –y aquello que consumimos– se han transformado totalmente.

POR:
SHEILA SÁNCHEZ
FERMÍN

“El uso de las computadoras en México sale de su infancia”, decía el primer reportaje de portada de *Expansión*, en enero de 1969, acompañado por la imagen de dos bobinas de la última máquina de la estadounidense IBM.

Desde entonces, la revista ha sido testigo de cómo las empresas –de la mano de la tecnología– pueden revolucionar el mundo, la economía y el consumo: en este medio siglo, Bimbo, FEMSA, Grupo Modelo, Gruma y centenares de otras compañías han presentado nuevos productos que transformaron el panorama de sus sectores, adaptándose y anticipándose a las nuevas tendencias. Las que no lo hicieron, como Blockbuster, desaparecieron de las páginas de *Expansión*, para ser sustituidas por empresas como Netflix y HBO.

En sus más de 1,250 números, la revista funciona también como una enciclopedia

histórica: en los años 90, por ejemplo, refleja cómo las embotelladoras de refrescos –entonces, unas 1,900, de las que ahora quedan cerca de 10– comenzaron a lanzar al mercado botellas de agua. “¿Qué otra sorpresa nos depara el futuro? ¿Quizás un *blend* con los mejores aires del país, con sabores de mar y montaña?”, se preguntaba un artículo de esa época.

Y es que los gustos y los patrones de consumo se han transformado por completo, en todas las actividades: el brandy era una de las bebidas alcohólicas más populares en los años 70, y hoy, lucha contra la imagen de ser un producto “para mayores”, mientras que el mezcal se convirtió en algo *premium* y *cool*.

La lista de tendencias es interminable, pero si se trata de destacar ciertos momentos emblemáticos en las últimas décadas, éstos son algunos de los principales.

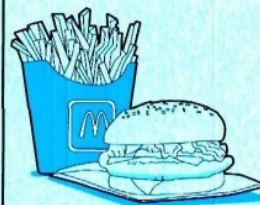
1970



En la década de los 70, llegó el Boletrónico a la Ciudad de México, un sistema para reservar, de forma anticipada, los boletos para diferentes eventos de entretenimiento. Uno de los grandes eventos donde ya se

puso en práctica este ‘precursor’ de las compras *online* fue el mundial de fútbol que México albergó en 1970. Entre los grandes negocios pujantes en esa época, y hoy inexistentes, destaca la industria de la cinta que se empleaba para máquinas de escribir, computadoras, teletipos y sumadoras importadas de Estados Unidos. Por otro lado, el estreno de *Supermán* anticipaba el dominio de los superhéroes en las carteleras de los cines.

1980



El país comenzó a abrirse, poco a poco, a las marcas extranjeras, y eso se reflejó en la llegada de las franquicias, que hasta entonces habían sido prácticamente inexistentes: el primer McDonald's comenzó a

operar el 29 de octubre de 1985 en la colonia del Pedregal, habitada por personas de clase alta (al contrario que en Estados Unidos, donde iba más dirigida a las clases populares). En las primeras semanas, el Periférico se bloqueaba en las salidas hacia el restaurante, por la cantidad de consumidores que trataban de llegar a la puerta. En la actualidad, comer o cenar en una ‘cadena’ ocurre millones de veces cada día.

1990



El centro comercial Santa Fe fue uno de los proyectos inmobiliarios más grandes de la década, fruto de una tendencia que inició en estos años: el boom de los centros comerciales, que cambió incluso la forma

de "pasar el rato". Además, los cepillos de dientes dejaron de ser cuadrados, los *compact disc* se pusieron de moda, los supermercados se convirtieron en *marts*, las tortillas comenzaron a envasarse, los hornos de microondas llegaron a las cocinas y los medicamentos contra las agruras y la gastritis dominaron las estanterías de las farmacias. El TLCAN trajo también una invasión de dulces y juguetes del extranjero.

2000



Comienza el siglo XXI y se consolida la expansión de internet y la telefonía móvil. Los celulares –que todavía cabían en la palma de la mano– empezaron a convertirse en un accesorio fundamental, High 5 y Myspace

triunfaban entre los adolescentes, y prácticamente todo se volvió digital: la música, el cine, las cámaras de fotos, los electrodomésticos, los medios de comunicación y hasta la forma de ligar. El futuro ya estaba aquí, y los artículos de la época lo reflejaban: las páginas de la revista se llenaron, en ese entonces, de palabras como 'inteligencia artificial', 'robótica', 'autos autónomos' y productos 'inteligentes'.

2010



La década actual aceleró las transformaciones de los años anteriores. Es la época en la que la revista ha mirado más hacia el futuro, con ediciones dedicadas a nuevas formas de consumo: el *bitcoin*,

los *influencers* y los *youtubers* –Yuya ha sido portada dos veces, las mismas que Emilio Azcárraga–, el *fintech*, la posible marihuana legal, el *blockchain*, Uber, Instagram, Google, Facebook y Microsoft. En 2016, el reportaje 'Evolución 4.0' destacó las tendencias que marcarán el futuro de los negocios: el *machine learning*, por ejemplo, permitirá que las empresas conozcan a detalle los hábitos de los clientes... e, incluso se anticipen a ellos.