



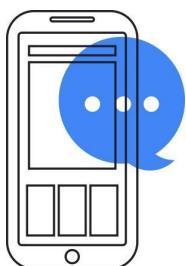
Consumidores *online* durante la pandemia

México, octubre 2020



Diseño metodológico

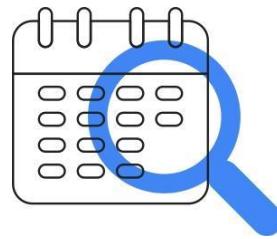
Metodología



CAWI

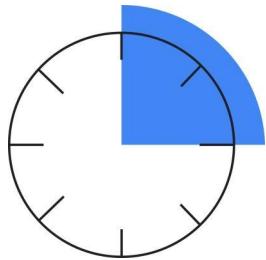
Encuestas
online vía panel

Fecha de relevamiento



2020

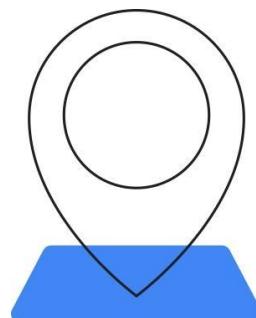
Entre el 28
de septiembre
y el 7 de octubre



Duración:
15 minutos



Muestra:
1.000 casos
por país



Plazas:
Principales
ciudades de
cada país.



KANTAR **Google**

Diseño metodológico

Target

Compradores en los últimos 12 meses de manera *online* de alguna categoría de interés, entre estas:



alimentos, bebidas y productos de limpieza para el hogar



indumentaria y/o calzado



productos de cuidado personal



muebles y/o decoración para el hogar



celulares o teléfonos Inteligentes



TV, audio, electrónica y computación



electrodomésticos



37 %

de los compradores *online* del
último año en México realizaron
su primera compra *online*
durante la pandemia.

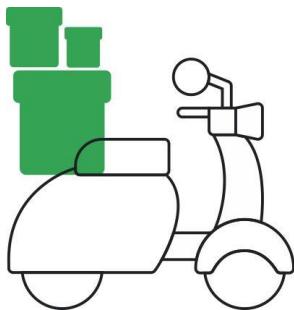
Fuente: Google / Kantar, Estudio: "Temporadas de descuentos 2020", n=1,000 por país, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Septiembre-Octubre, 2020. Metodología: encuestas *online*.

Los nuevos consumidores *online* se inclinaron por el **canal *online*** para:



51%

minimizar las salidas en
este contexto de pandemia



35 %

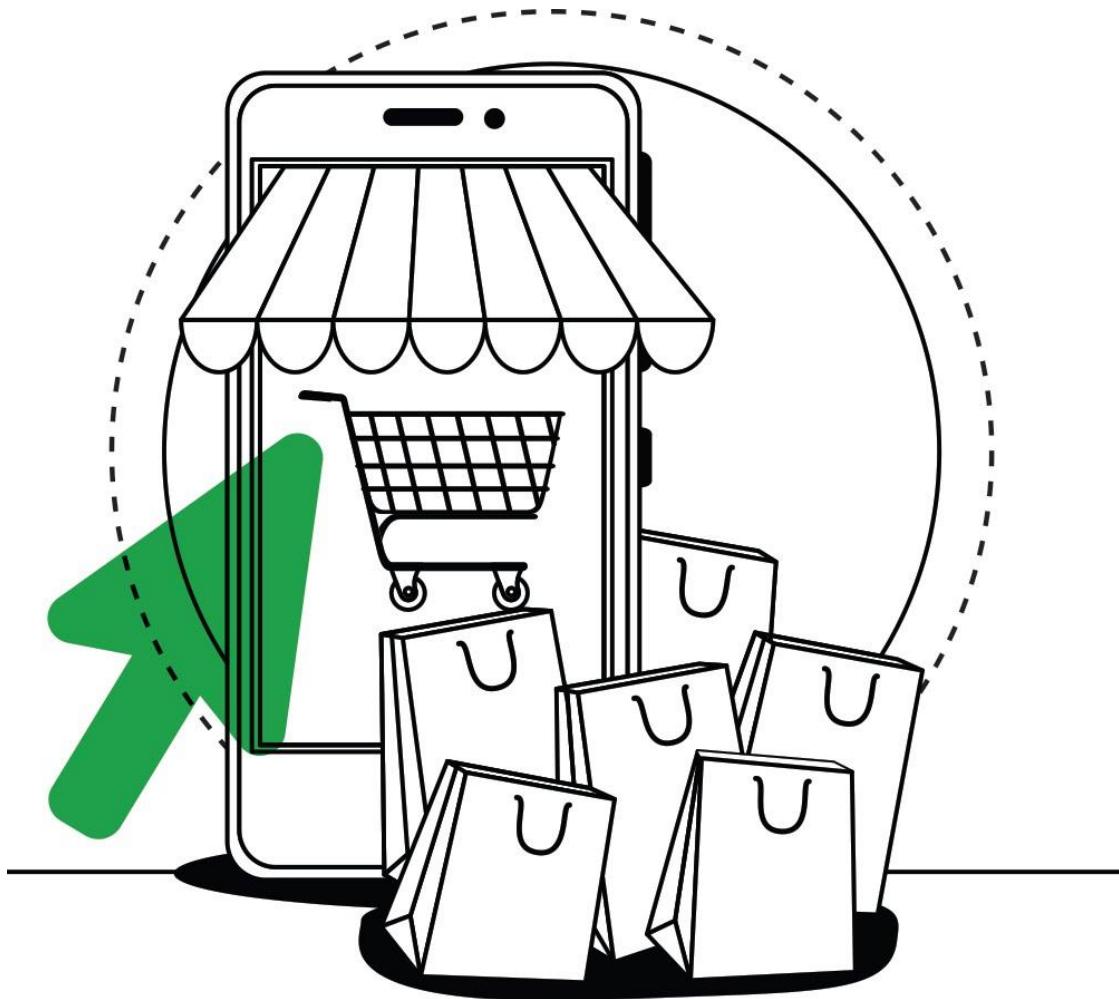
**poder recibir el producto
en el domicilio**



29%

ahorrar tiempo

Fuente: Google / Kantar, Estudio: "Temporadas de descuentos 2020", n=1,000 por país, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Septiembre-Octubre, 2020. Metodología: encuestas *online*.



78 %

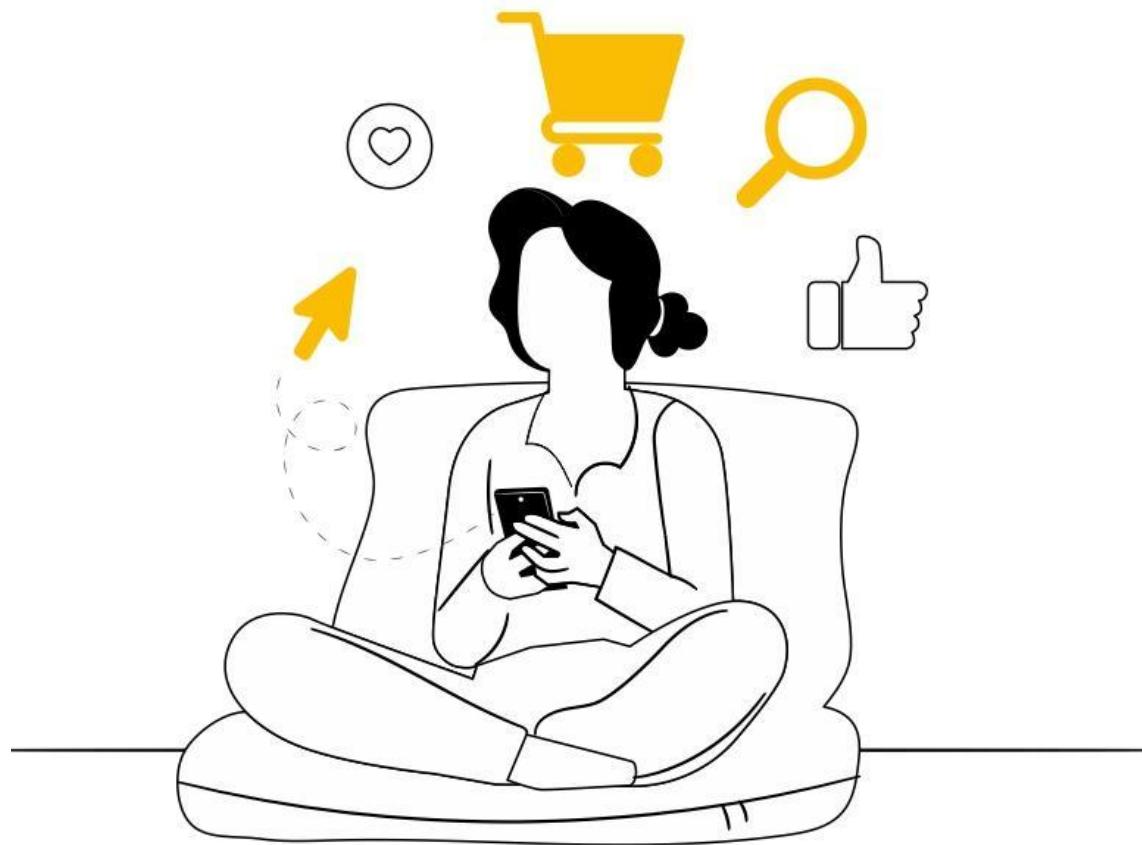
manifestó una **muy buena/ buena experiencia** en esa primera compra *online*.

Fuente: Google / Kantar, Estudio: "Temporadas de descuentos 2020", n=1,000 por país, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Septiembre-Octubre, 2020. Metodología: encuestas online.



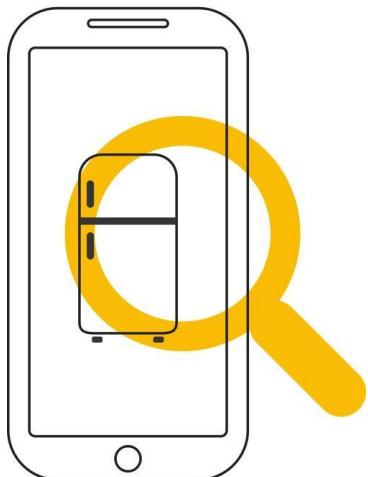
90 %
de estos nuevos compradores
online **planea seguir comprando**
online en el futuro.

Fuente: Google / Kantar, Estudio: "Temporadas de descuentos 2020", n=1,000 por país, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Septiembre-Octubre, 2020. Metodología: encuestas online.



Los compradores *online* con
mayor antigüedad en el canal
**se animaron a más a la hora
de comprar *online*.**

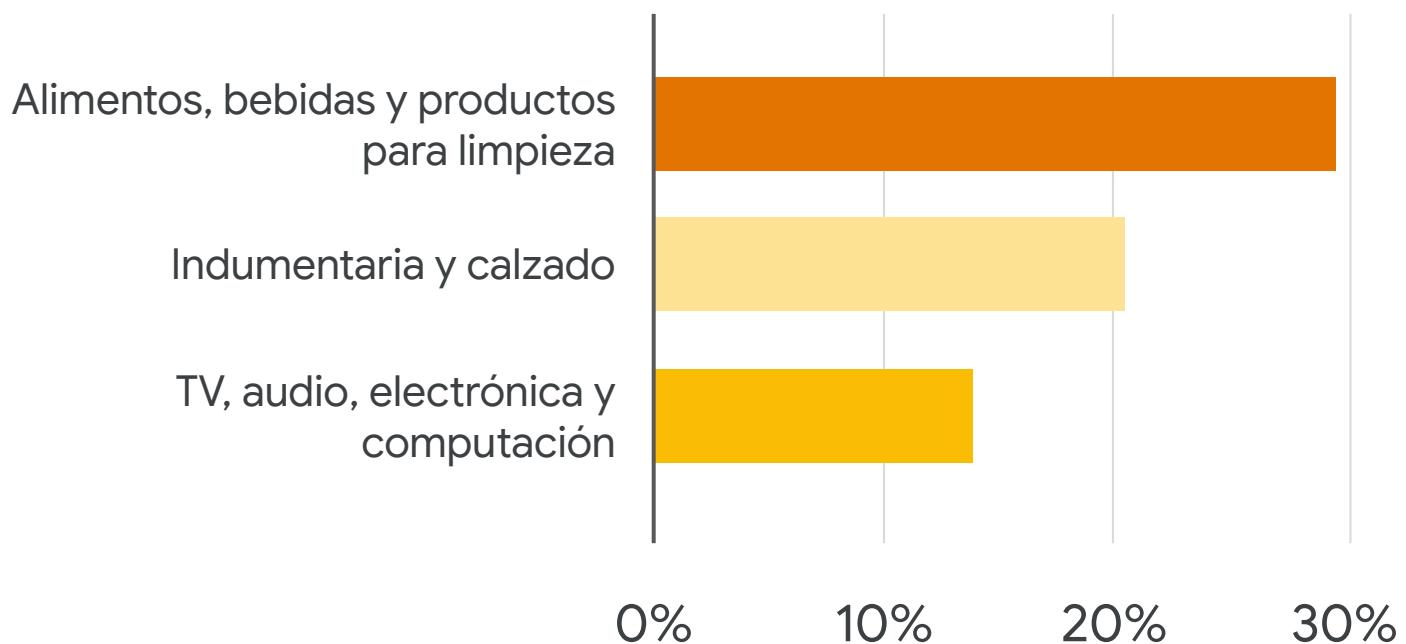
A comprar nuevas categorías:



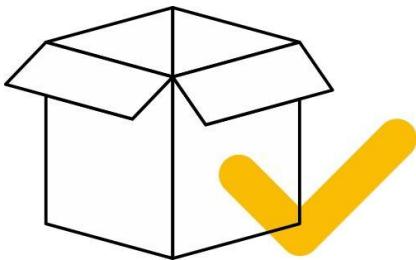
84 %

de aquellos con experiencia, compró al menos una **nueva categoría por primera vez durante la pandemia.**

Incorporando categorías tales como:



A comprar nuevas marcas:



—
63 %
incursionó en
nuevas marcas.



—
82 %
cree que **seguirá**
comprando esas
nuevas marcas.

Razones por las que probaron nuevas marcas:



51 %
por su buena **relación
precio-calidad**

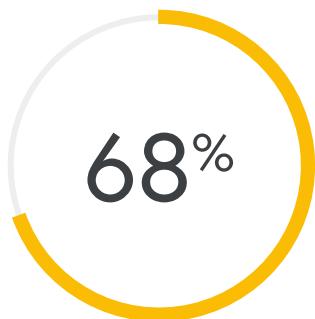


40 %
para **probar una
marca nueva**



36 %
porque **había escuchado
buenas opiniones sobre la
marca**

A la hora de investigar en una tienda *online*, **los atributos más consultados** fueron:



En primer lugar

 precio



En segundo lugar

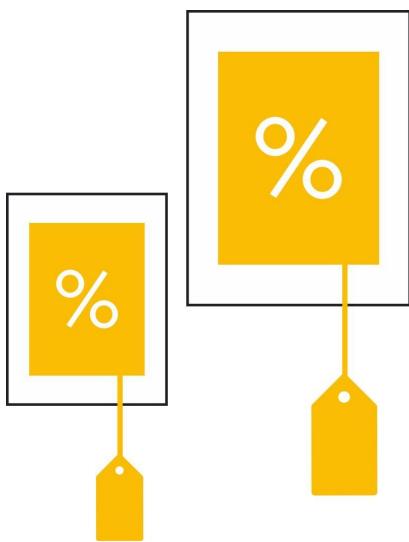
 descripción del producto



En tercer lugar

 fotos del producto

La gran mayoría investiga con anticipación



69 %

investiga **precios y promociones** varias semanas antes de un evento de descuentos (por ejemplo, Cyber Monday) para asegurarse de comprar a un precio conveniente.

Fuente: Google / Kantar, Estudio: "Temporadas de descuentos 2020", n=1,000 por país, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Septiembre-Octubre, 2020. Metodología: encuestas online.