



# Consumidores *online* durante la pandemia

Argentina, octubre 2020



Think with Google

# Diseño metodológico

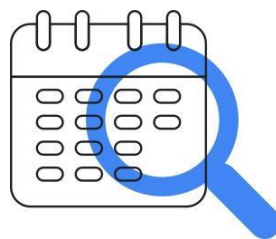
## Metodología



**CAWI**

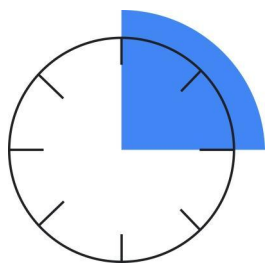
Encuestas  
*online* vía panel

## Fecha de relevamiento



**2020**

Entre el 28  
de septiembre  
y el 7 de octubre



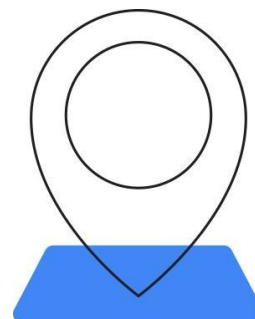
**Duración:**

**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



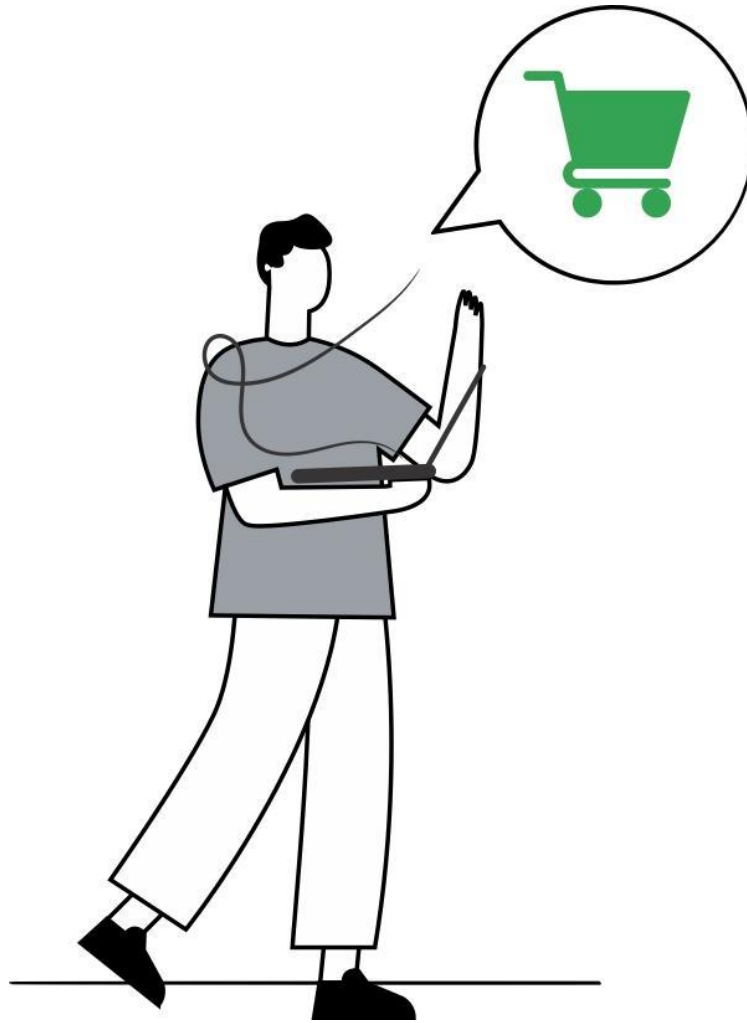
celulares o teléfonos Inteligentes



TV, audio, electrónica y computación



electrodomésticos



30 %

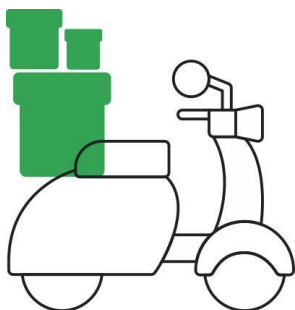
de los compradores *online* del  
último año en Argentina  
realizaron su primera compra  
*online* durante la pandemia.

*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:



**50%**  
**minimizar las salidas** en  
este contexto de pandemia

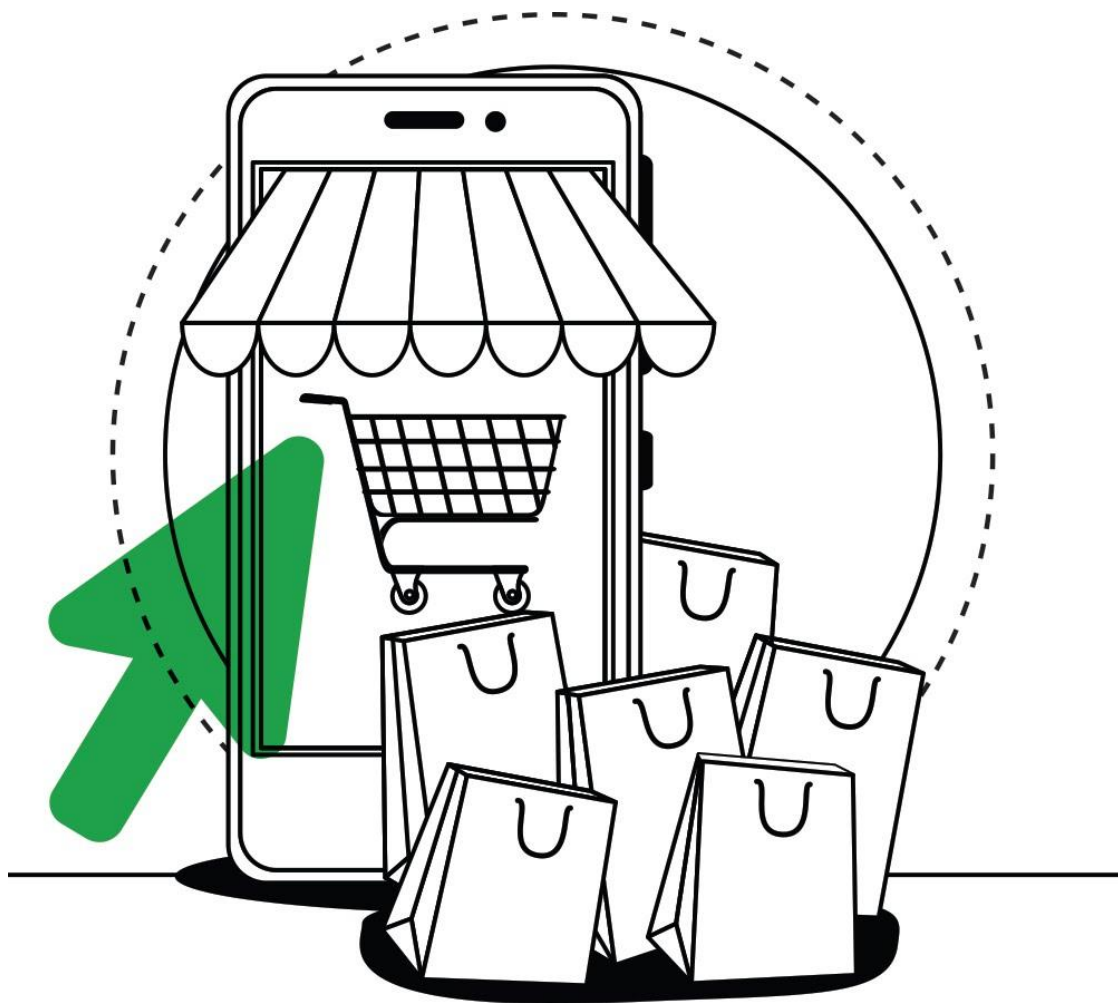


**40%**  
**poder recibir el producto**  
**en el domicilio**



**34%**  
**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.*



81%

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.*



92%

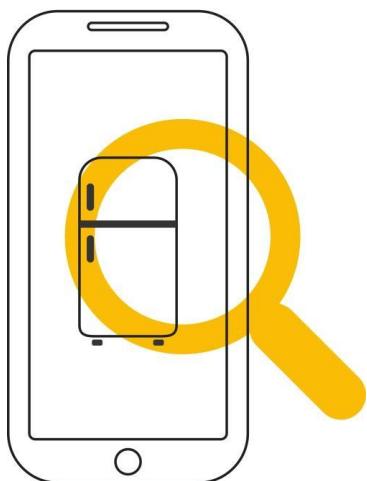
de estos nuevos compradores  
online **planea seguir comprando  
online en el futuro.**

*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*.**

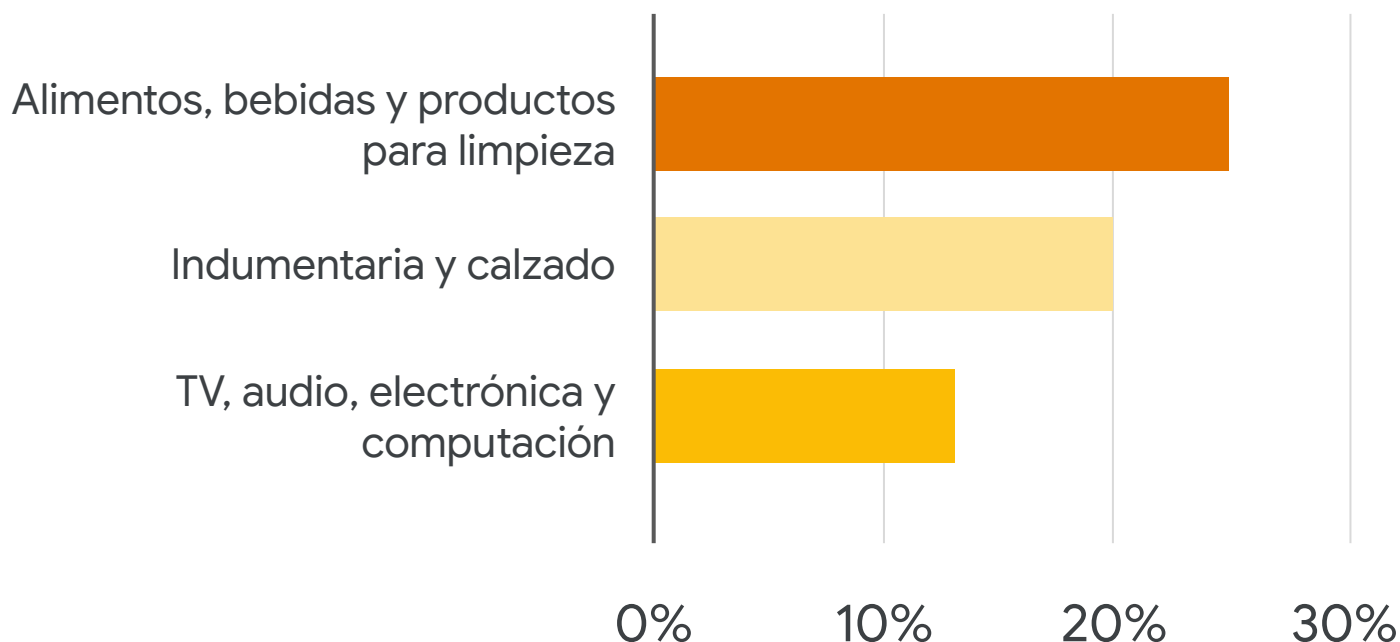
# A comprar nuevas categorías:



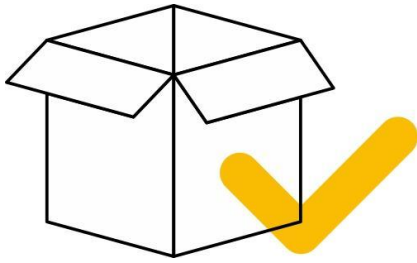
74 %

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

Incorporando categorías tales como:



# A comprar nuevas marcas:



---

65 %  
incursionó en  
**nuevas marcas.**



---

85 %  
cree que **seguirá  
comprando** esas  
nuevas marcas.

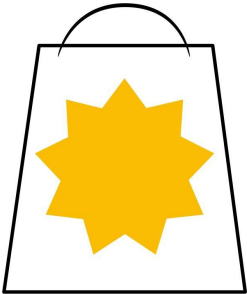
# Razones por las que probaron nuevas marcas:



---

57 %

por su buena **relación  
precio-calidad**



43 %

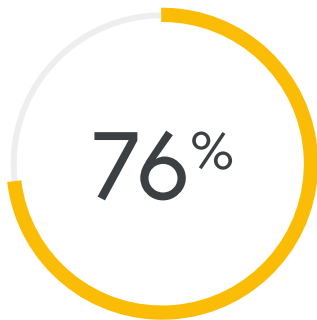
para **probar una  
marca nueva**



35 %

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

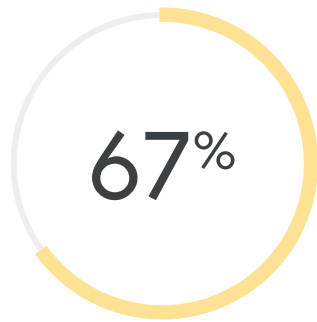
# A la hora de investigar en una tienda *online*, **los atributos más consultados** fueron:



En primer lugar



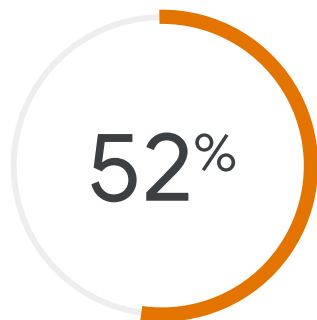
precio



En segundo lugar



descripción del producto

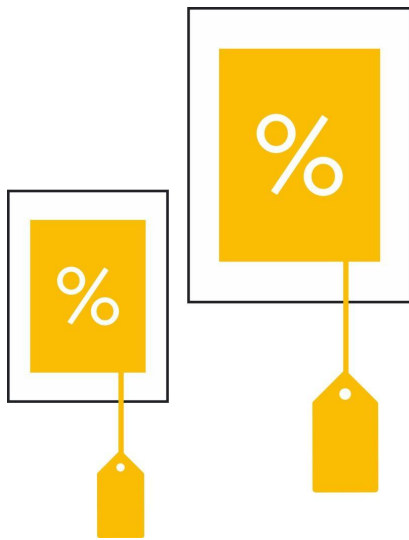


En tercer lugar



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.*