



Consumidores *online* durante la pandemia

Argentina, octubre 2020



Diseño metodológico

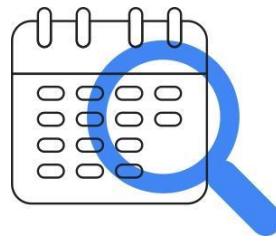
Metodología



CAWI

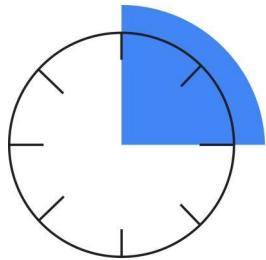
Encuestas
online vía panel

Fecha de relevamiento



2020

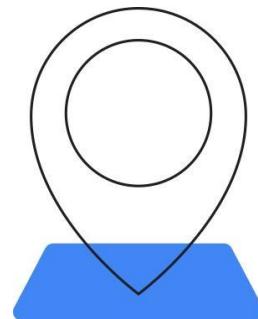
Entre el 28
de septiembre
y el 7 de octubre



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



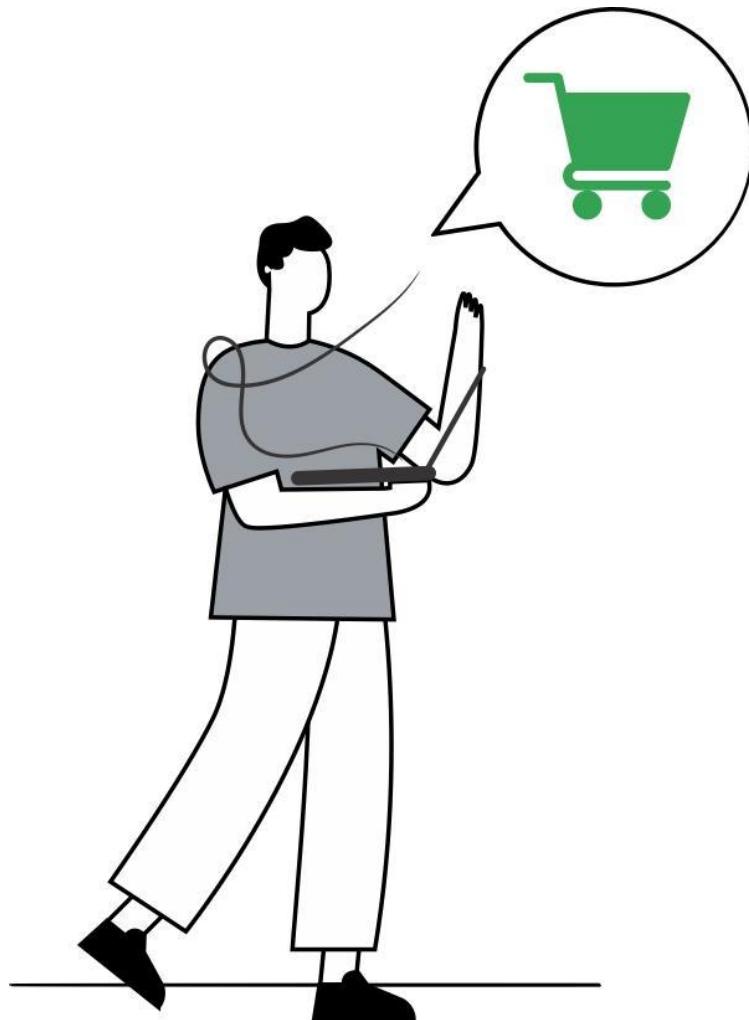
celulares o teléfonos Inteligentes



TV, audio, electrónica y computación



electrodomésticos



30 %

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

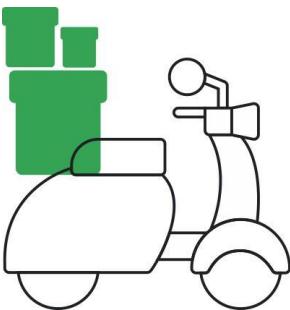
Fuente: Google / Kantar, Estudio: “Temporadas de descuentos 2020”, n=1,000 por país, México, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Septiembre-Octubre, 2020. Metodología: encuestas *online*.

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



—
50 %

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



—
40 %

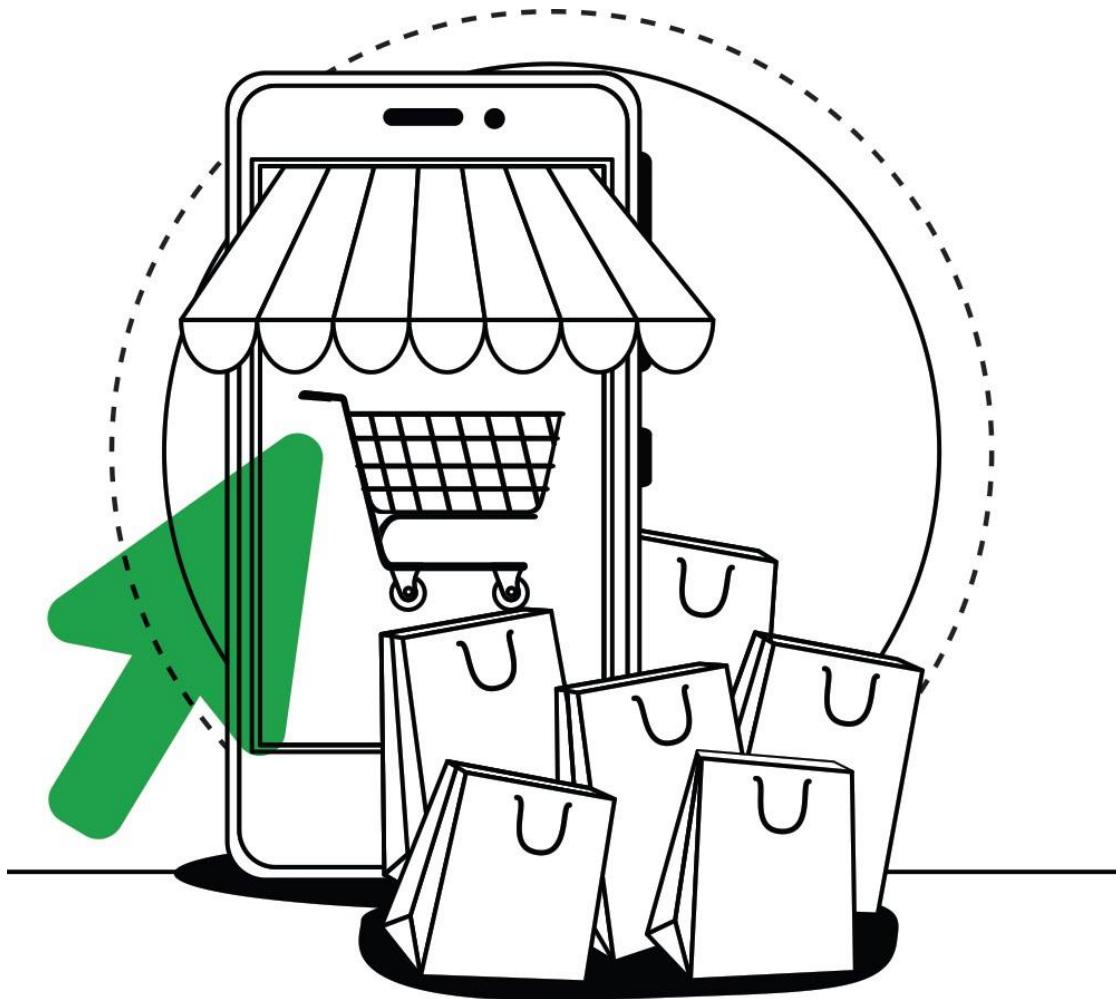
**poder recibir el producto
en el domicilio**



—
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 %

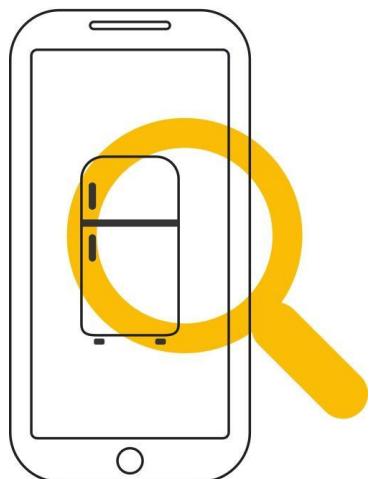
de estos nuevos compradores
**online planea seguir comprando
online en el futuro.**

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*.**

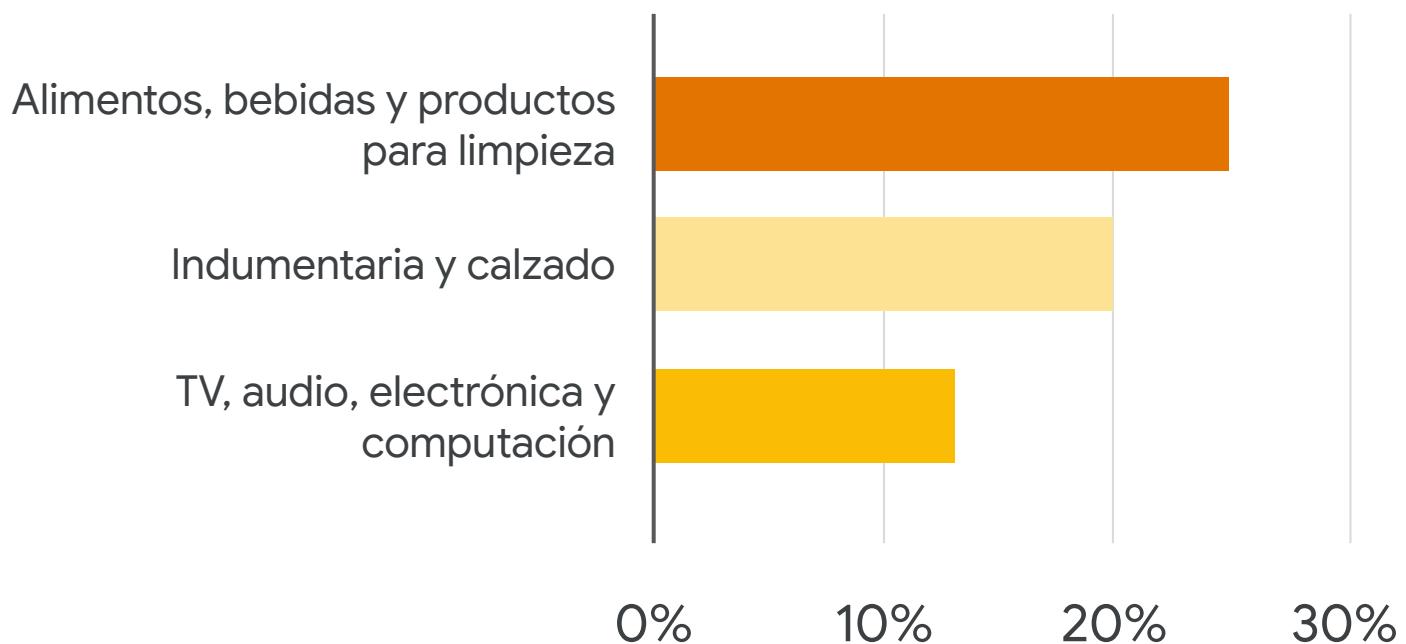
A comprar nuevas categorías:



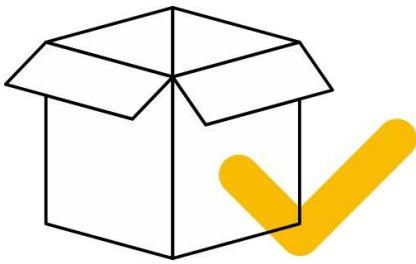
74 %

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**

.

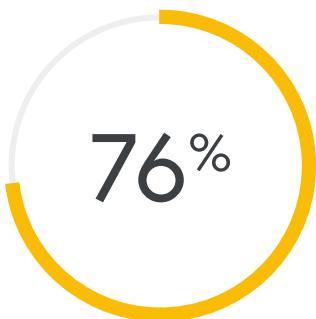


—
43 %
para **probar una marca nueva**



—
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

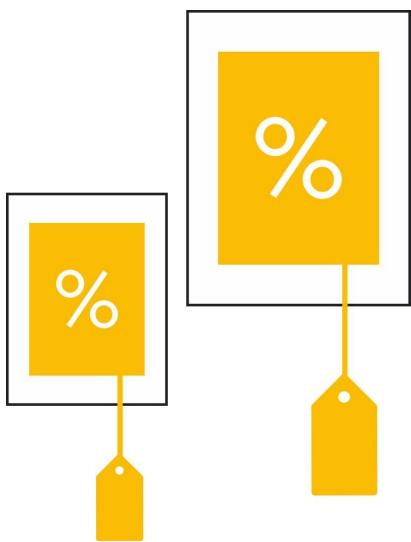
descripción del producto



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.