

SEGÚN NIELSEN

LOS ARGENTINOS AÚN DISFRUTAN DE COMPRAR EN TIENDAS FÍSICAS

Pese al gran crecimiento de los canales tecnológicos de compras, la visita al local sigue siendo importante a la hora de la elección de productos. Así lo demuestra el estudio sobre Estrategias de Crecimiento del Mercado Detallista.



Consumidores argentinos

El consumidor argentino es apegado a sus gustos y tradiciones y aún prefiere visitar tiendas físicas para hacer sus compras. Según la encuesta realizada por Nielsen, el 56% de los compradores está de acuerdo con este tema, lo cual constituye un punto de oportunidad para los retailers al momento de ofrecer opciones para alargar la estancia de los shoppers dentro del punto de venta, tanto en activaciones como en el aumento de los servicios. El estudio se realizó de manera regional, pero se analizarán, primordialmente, los resultados derivados de los participantes argentinos.

¿Cuál es el motivo principal para salir de compras? abastecerse de alimentos y productos para el hogar (34%), búsqueda de productos esenciales (30%) y compra de ingredientes para la comida del día (11%).

FACTORES QUE INCIDEN

Hoy, para los argentinos, las primeras tres claves que intervienen en la elección de un retailer en particular son las ofertas y promociones (60%), los precios bajos (58%) y la calidad de los productos frescos (56%). En cuanto al precio, para los habitantes de

América Latina sigue siendo el principal factor de decisión al comprar en una tienda. El 55% de los encuestados coinciden en que influye adicionalmente en su decisión de compra.

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

A nivel regional, la seguridad del usuario se mantuvo en 78 puntos, estable frente al primer trimestre del año, pero inferior comparada con el segundo semestre de 2015 (promedio 82). Así lo refleja el Estudio Global sobre Confianza del Consumidor (también confeccionado por Nielsen), elaborado en más de 60 países del mundo, entre los cuales está Argentina.

En sí, nuestro país mantiene 71 puntos en su confianza hacia el mercado.

PARA TENER EN CUENTA

A pesar de este hábito de los argentinos por trasladarse hasta el punto de venta para realizar compras, hay un grupo que marcará tendencia para 2018 en cuanto al consumo. Ellos son los Millennials. Constituyen el 22% de la población local, 68% consulta redes sociales para tomar decisiones de compra y 7 de cada 10 pagaría más por un producto con causa social. Además, el 38% se conecta a internet por medio de su smartphone.