



MONITOR NACIONAL  
Retail y consumo masivo

JULIO | 24

# Estrategias de consumo en tiempos de cambio

Precio, calidad y  
familiaridad



# Aires de familia

## ¿Cómo compran los argentinos?

En un contexto en el que **6 de cada 10 personas afirman estar consumiendo menos que el año pasado**, se vuelve necesario, más que nunca, **entender las preferencias y motivaciones que están detrás de cada compra**, por más pequeña o grande que sea.

Si bien el primer comportamiento de muchos consumidores es prestar atención a los precios, hay otra variable que condiciona fuertemente las decisiones en todos los rubros: **la familiaridad**. Aún ante la pérdida de poder adquisitivo y los altos precios, **las marcas más conocidas siguen siendo las predilectas**. Incluso en el último Hot Sale, 1 de cada 2 compraron marcas que ya conocían. **La confianza, un driver fundamental**.

Te invitamos a recorrer la primera parte de nuestro Monitor Nacional sobre la industria del retail y consumo masivo.

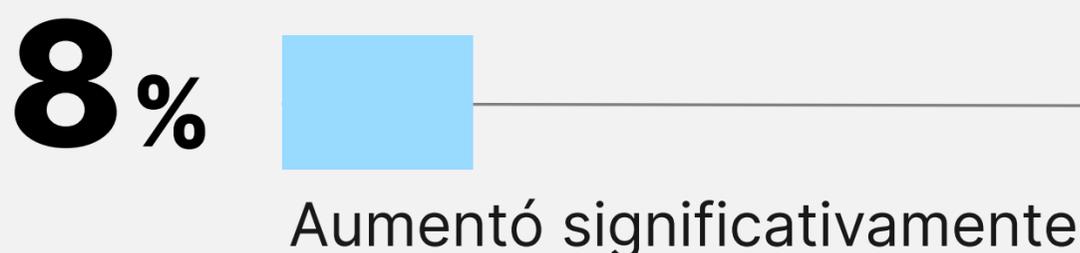
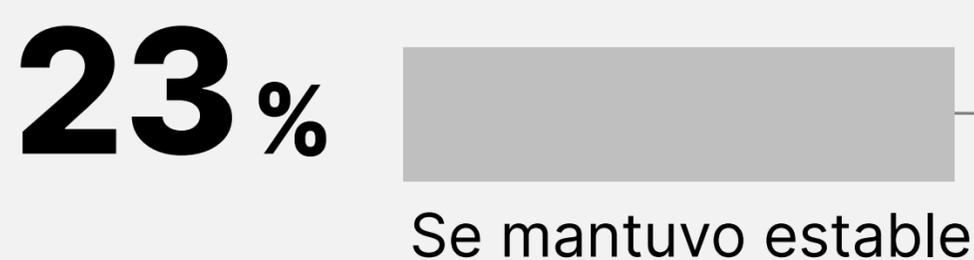
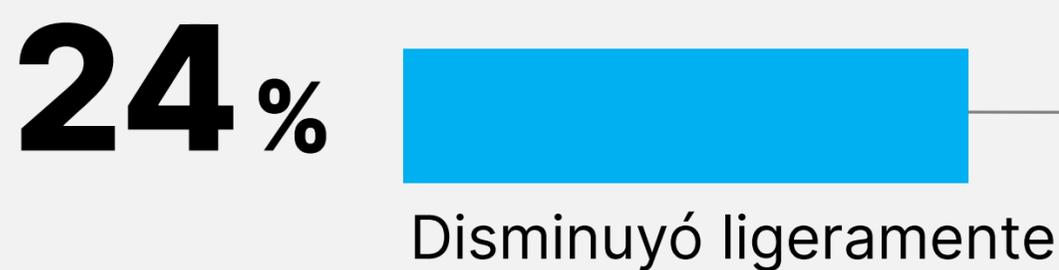
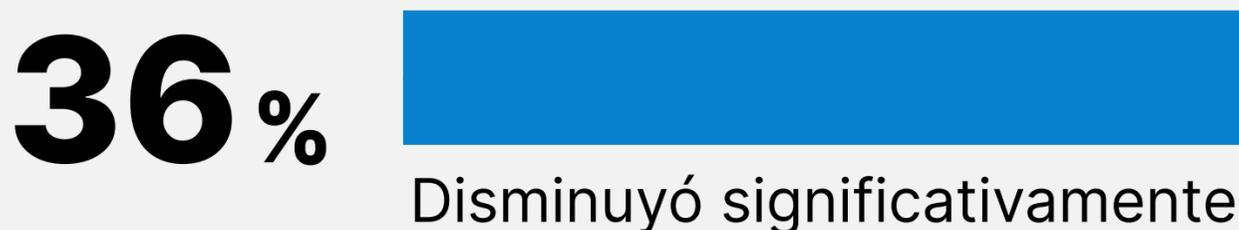
LO QUE TENÉS QUE SABER



**6 de  
cada 10**

**argentinos afirman que su nivel de consumo disminuyó en comparación con el año pasado. En la Generación X (43 a 54 años) son 7 de cada 10.**

# ¿Cómo describirías tu nivel de consumo actual en comparación con el año pasado?



Genera mejores resultados para tu negocio

**Contactanos** 

# Primero lo primero

El consumo se ve claramente afectado en comparación al año pasado, en un contexto de fuerte recesión. Sin embargo, no es igual para todos los rubros.

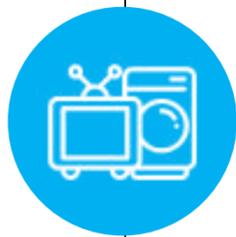
**Lo que más postergan los argentinos son los consumos de largo plazo.**

En los **últimos 3 meses:**



**62%**

de los argentinos compraron al menos un **artículo de ropa y calzado.**



Sólo el **39%**

compró **tecnología o electrodomésticos.**



**1 de cada 2**

realizaron una compra relacionada al **ocio.**



LO QUE TENÉS QUE SABER

En este contexto, al menos

**7 de cada 10**

argentinos priorizaron marcas que ya conocían en sus últimas compras. La **familiaridad** con el producto se impone sobre el precio.

# Ya te conozco



**¿Qué priorizan los argentinos?  
¿Precio, calidad o familiaridad?**

El **precio suele ser la variable de mayor peso**, aunque para bienes de mayor vida útil, como electrodomésticos, la calidad pasa a tener un rol destacado.

Sin embargo, **sobre el precio se impone la familiaridad**: en **alimentos y bebidas** un 48% cambiarían de marca priorizando el precio, pero **el 84% compran marcas que ya conocen previamente**.



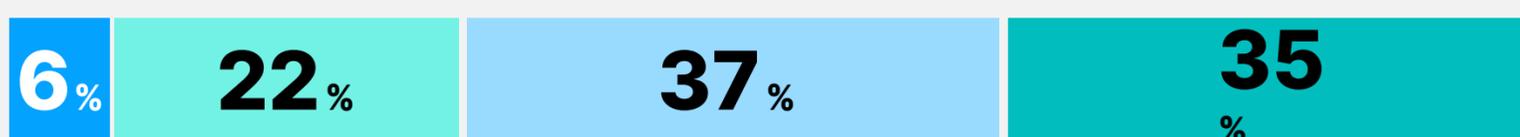
Otras variables importantes a la hora de elegir una marca son las **buenas opiniones de otros clientes**, la **reputación** y la **facilidad para encontrarla**.

# Y en relación a estas compras, ¿con cuáles de las siguientes frases te sentís más identificado?

- Compro **siempre las mismas marcas**, sin importar el precio
- A veces cambio las marcas que compro, **priorizando el precio**
- A veces cambio las marcas que compro, **priorizando la calidad**
- No me importa la marca, **siempre busco el mejor precio**



Artículos del **día a día**  
(alimentos, bebidas, comida preparada, etc.)



Artículos de **mediana vida útil**  
(ropa y calzado, entre otros)



Artículos de **larga vida útil**  
(tecnología y electrodomésticos, entre otros)



Artículos o servicios de **ocio**  
(entretenimiento, gastronomía, etc.)



# ¿Cuál fue la última marca que compraste, pensando en estos artículos?\*

## Artículos de mediana vida útil (ropa y calzado)



## Artículos de larga vida útil (tecnología o electrodomésticos)

