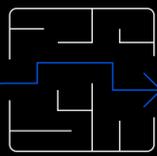


El consumidor en el año 2 DC

La búsqueda de la conveniencia y la demanda de empatía

Simplicity

90%
Cada vez busco más maneras de simplificar mi vida



Tratamos de evitar los problemas que trae la complejidad y no aferramos a lo simple y fluido.

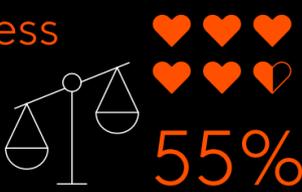
Indulgence



72%
El disfrute y la diversión son muy importantes en mi vida

Frente a las preocupaciones, buscamos pequeños momentos de disfrute e indulgencia.

Closeness



55%
Priorizo las relaciones con los grupos a los que pertenezco (familia, comunidad, amigos)

En un mundo incierto, nos aferramos a lo conocido y damos más importancia a los grupos de pertenencia.

Urgency



60%
Estoy más enfocado en cómo cubrir mis gastos actuales que planificando a largo plazo

Con un excesivo foco en lo urgente, perdemos la planificación y la perspectiva de largo plazo.

Convenience

86%
Presto más atención a los precios que antes de la pandemia



A partir de la pandemia los argentinos acentuamos nuestra atención en los precios y la búsqueda de la conveniencia.

Empowerment

69%
Puedo hacer una diferencia con en el mundo que me rodea con mis acciones y decisiones

65%
Las empresas tienen que comprometerse a construir una sociedad mejor

Más informados y conscientes, las personas se reconocen como agentes de cambio y elevan la vara de la exigencia.

Consciousness

82%
Valoro cuando las empresas dejan en claro lo que las destaca y se mantienen fieles a sus valores

48%
Dejé de comprar ciertas marcas por su impacto en la sociedad o el ambiente

Los consumidores evalúan a las empresas más allá de la calidad de sus productos y servicios y están dispuestos a penalizar a aquellas que van en contra de sus principios.



Manuela Urrutia
manuela.urrutia@kantar.com



Julieta Dejean
julieta.dejean@kantar.com



Sebastián Corzo
sebastian.corzo@kantar.com

Acerca de Kantar

Kantar es la empresa líder mundial de consultoría e insights basados en evidencias. Tenemos un entendimiento pleno, único y completo de cómo piensan, sienten, y actúan las personas; a nivel global y local, en más de 90 mercados.

benchmarks, nuestras innovadoras capacidades de analytics y tecnología, ayudamos a nuestros clientes a **entender a las personas e inspirar el crecimiento.**

Combinando la gran experiencia profesional de nuestro personal, nuestros datos y



Conocé más sobre este y otros temas en: