Encuesta de KPMG

**COVID-19 ha impactado significativamente**

**en los hábitos de alimentación en EE.UU.**

**Buenos Aires, 12 enero de 2021 / KPMG**. Durante los últimos tres trimestres de 2020, COVID-19 ha cambiado la vida en los EE. UU. Su efecto “dominó” sobre las empresas minoristas ha sido muy variado. Para el sector de la alimentación, los cambios en los hábitos relacionados al trabajo, la educación y lo social han producido grandes alteraciones en el comportamiento de compra y alimentación de los consumidores en tiempo récord. Como resultado, los ingresos de este sector han aumentado, desde que los consumidores han transformado al “hogar en el nuevo centro” (*home is the new hub*), donde tienen lugar la mayor parte de sus actividades y las de sus familias, impactando en las ideas y concepciones establecidas en materia de planificación, compra y preparación de comidas en el hogar.

Los resultados de la encuesta “[**Cuando la suerte no es una estrategia**](https://home.kpmg/co/es/home/insights/2020/12/covid-19-ha-impactado-significativamente-en-los-habitos-de-alimentacion-sostiene-un-estudio-reciente-de-kpmg.html)” realizada por **KPMG** durante la pandemia de COVID-19 busca dar respuestas sobre los cambios en los hábitos de compra y alimentación de los consumidores producidos por la crisis sanitaria en EE.UU. Para ello, KPMG entrevistó a cerca de 1.000 consumidores de los EE. UU. a fines del mes de octubre, buscando representar todas las demografías posibles y con preguntas oportunas concernientes a la temática. La encuesta fue realizada para ayudar a los clientes de KPMG a comprender mejor a los consumidores, descubrir las señales de cambio permanente y sentar bases que permitan transformar los negocios en esta nueva realidad.

**Principales resultados:**

1. **Cambios en los hábitos alimenticios:** Como era de esperar, los consumidores comen más en sus casas. Entre el 71% y el 77% de los encuestados en EE.UU. aseguraron que cocinan o preparar sus comidas en el hogar.
2. **Los pedidos en línea se convierten en una rutina. El uso de los kits de comidas es considerable y llegaron para quedarse:** Cuando se les preguntó a los encuestados cómo reciben sus artículos alimentarios, el 33% aseguró que mediante “la entrega a domicilio”; en tanto que un 28% contestó que la “retira en la tienda” y otro 28% “desde la acera” (“*curbside pickup*”). Una cuarta parte de los encuestados dijo que usa los servicios de kits de comida; de estos, el 17% son nuevos y más de dos tercios (67%) aumentaron su uso durante COVID-19. Quizás, lo más significativo es que un tercio (33%) de los usuarios actuales de kits de comida planean aumentar su uso después de que COVID-19 esté bajo control. Finalmente, un 39% planea mantener el uso al mismo nivel.
3. **Celebraciones de vacaciones de invierno:** Los consumidores que dijeron que planean celebrar sus vacaciones de invierno en casa aumentó al 73%, desde un 64% que lo afirmó antes de COVID-19.

“*Las empresas del sector minorista están buscando capitalizar los cambios en el comportamiento de los consumidores y desarrollar capacidades que les permitirán consolidar las ganancias. No obstante, como resalta el estudio, el tiempo para actuar es limitado, ya que en el corto a mediano plazo los consumidores volverán a cambiar sus preferencias. Por ello, es muy importante analizar constantemente el mercado y buscar las señales de cambio para adelantarse al mismo y adaptar la estrategia de la empresa para mantener la lealtad de los clientes*”, comentó **Fernando Gambôa**, socio líder de la industria de consumo minorista de **KPMG** en **América del Sur.**

**Sobre la encuesta:**

La serie de encuestas sobre el pulso del consumidor de KPMG explora temas clave emergentes en torno al comportamiento del consumidor, los patrones de compra y la economía. Cada encuesta se hace a 1.000 consumidores, representando todas las demografías, con preguntas oportunas sobre las próximas compras y las condiciones económicas. Realizamos las encuestas para ayudar a los clientes de la firma a comprender a los consumidores, descubrir las señales de cambio permanente y crear una base sólida que permita transformar los negocios en esta nueva realidad.

Para profundizar los resultados de la encuesta, el estudio se encuentra disponible en el siguiente [enlace](https://home.kpmg/co/es/home/insights/2020/12/covid-19-ha-impactado-significativamente-en-los-habitos-de-alimentacion-sostiene-un-estudio-reciente-de-kpmg.html):

[*https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/co/sac/pdf/2020/12/kpmg-cuando-la-suerte-no-es-una-estrategia.pdf*](https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/co/sac/pdf/2020/12/kpmg-cuando-la-suerte-no-es-una-estrategia.pdf)

|  |
| --- |
| **Acerca de KPMG Internacional**  KPMG es una organización global de firmas de servicios profesionales independientes que brindan servicios de auditoría, impuestos y asesoría. Operamos en 147 países y territorios y contamos con más de 219.000 personas trabajando en firmas miembro en todo el mundo. KPMG, una sociedad argentina – legalmente autónoma e independiente - firma miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Ltd., una entidad privada inglesa limitada por garantía que no brinda servicios a clientes. |

|  |
| --- |
| KPMG Argentina En Argentina somos un equipo multidisciplinario integrado por más de 1.250 profesionales que ofrecemos servicios de asesoría, impuestos y legales y auditoría. Contamos con oficinas en la Ciudad de Buenos Aires, Martínez, Córdoba y Rosario, y representaciones comerciales en Mendoza y Tucumán que nos permiten consolidar nuestra posición en el mercado y fortalecer la presencia en los centros estratégicos del país. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Contactos de Prensa | | | | | | | | |
| Claudio Negrete Williams  Gerente de Comunicaciones  KPMG Argentina  [cnegretewilliams@kpmg.com.ar](mailto:cnegretewilliams@kpmg.com.ar)  Tel: 4316-5700 interno 5895  Stella Rey Palermo  Directora de Clientes y Mercados, Marketing y Comunicaciones  KPMG Argentina  [stellarey@kpmg.com.ar](mailto:stellarey@kpmg.com.ar)  Tel: 11 4316-5700 interno 5981  Tamara Vinitzky  Socia a cargo de Clientes & Mercados,  Marketing & Comunicaciones y Diversidad  tvinitzky@kpmg.com.ar  Tel:11 4316 5828  <https://home.kpmg/ar/es/home/media/press-releases.html> | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |
| **[Twitter](https://twitter.com/KPMGArgentina)**[**kpmg.com/socialmedia**](http://kpmgmail.com/collect/click.aspx?u=/G1GTPto3VWHuy7wMzDtDaEKIv6SjnE6KOw7tNdIQNTbUHYuvy2Vxnhnnbes8e7CM1iFUUnJL8c=&rh=ff0014d8f77affd523c2dad6fa439070ac05a4fc) | | | | [**kpmg.com.ar**](http://www.kpmg.com.ar) | | | | |
|  | @KPMGArgentina |  | KPMG Argentina | |  | KPMG Argentina |  | KPMG AR Talentos |
| [**kpmg.com/app**](http://kpmgmail.com/collect/click.aspx?u=/G1GTPto3VWHuy7wMzDtDbYc/NLxs+tnCw9ICurexhk=&rh=ff0014d8f77affd523c2dad6fa439070ac05a4fc)  [Available on the App Store](http://kpmgmail.com/collect/click.aspx?u=/G1GTPto3VWHuy7wMzDtDbYc/NLxs+tnCw9ICurexhk=&rh=ff0014d8f77affd523c2dad6fa439070ac05a4fc) | | | | | | | | |