COVID-19 Consumer Pulse Survey Report

**En EE. UU. los consumidores mejoran**

**su optimismo por la campaña de vacunación**

Un nuevo estudio de KPMG analizó el “descongelamiento económico” post COVID-19. Se encuestaron 1.000 consumidores quienes dieron señales positivas, pero también mostraron precaución. Los que se vacunaron al menos una vez expresaron que planean viajar y participar en reuniones sociales. La mejora del consumo en la Argentina depende de cómo evolucione la situación sanitaria y económica.

**Buenos Aires, 4 de junio de 2021 / KPMG**. El impacto de la aplicación de las vacunas contra COVID-19 finalmente se está haciendo sentir. Hay una atmósfera de cierto optimismo que impacta positivamente en la recuperación del mercado minorista. Para identificar tendencias de consumo y prácticas, los especialistas de **KPMG** encuestaron en el último mes de marzo a 1.000 consumidores de los Estados Unidos. El reporte “**COVID-19 Consumer Pulse Survey Report**”, consolida datos clave acerca del sentimiento del consumidor, las implicaciones del home office (teletrabajo) y el impacto de las vacunas en los viajes.

La investigación de **KPMG** muestra que el virus sigue dictando los resultados económicos y que los cambios en el comportamiento de los consumidores son más lentos de lo esperado. Si bien el estudio sostiene que la aprensión de salir a la calle y retomar las viejas costumbres sigue muy presente, a medida que crece la confianza en la eficacia de la vacunación y el impacto de las medidas de estímulo se propaga en los hogares, los consumidores evidencian un aumento del gasto en casi todas las categorías minoristas.

Vale destacar que este estudio del comportamiento del consumidor se ha vuelto más complejo debido a las drásticas rupturas en los ingresos, en la movilidad y en las opciones de compra. Ampliado por la opinión de los líderes del sector, el documento trae resultados fundamentales para que las empresas minoristas y de bienes de consumo avancen en el diseño de estrategias que aceleren el proceso de recuperación.

Al presentar el nuevo informe, **Fernando Gamboa, socio líder de Consumo y Retail
de KPMG en América del Sur**, comentó que la tendencia positiva observada en los Estados Unidos no es la misma que en otras regiones del planeta. “*Optimismo y cautela. Es en este tenue equilibrio que se está produciendo el recalentamiento de la actividad comercial en los Estados Unidos, el país que ha realizado hasta ahora la más amplia y rápida campaña de vacunación contra el COVID-19. Es por ello que, a pesar de las diferencias y especificidades entre países y regiones, esta encuesta regional nos brinda valiosas pistas sobre el sentimiento y las tendencias de los consumidores en este período de recuperación*”.

En cuanto a la situación en la Argentina, **Eduardo Harnan, Socio Líder de la industria de Consumo y Retail en KPMG Argentina,** explicó que “*a diferencia de Estados Unidos donde se evidencia una rápida recuperación económica, el nivel de consumo en Argentina está siendo impactado por la actual coyuntura de restricciones de la pandemia que afecta a la actividad económica. Es de esperar que a medida que avance el ritmo de vacunación, los efectos que se están observando en los países que están más avanzados en este proceso, comiencen a replicarse lentamente en Argentina, aunque el aumento de la confianza de los consumidores y la mayor actividad dependerá en gran medida de la mejora en las condiciones económicas y en el recupero de la capacidad de compra de los mismos.”*

**Algunos puntos de interés del estudio:**

* **Disonancia cognitiva:** Los gastos han aumentado, junto con la incertidumbre a largo plazo.Por primera vez en un año, los consumidores informan aumentos en los gastos tanto en el comercio minorista discrecional como en el esencial. Pero todavía los sentimientos sobre el retorno hacia los niveles de gasto anteriores a COVID son mixtos.
* **Teletrabajo/ Home office y sus implicaciones:** Los entrevistados señalaron ciertas ventajas de trabajar en casa. Mientras un 28% citó “ahorrar tiempo de viaje”, otro 24% habló de “condiciones de trabajo más cómodas en el hogar" y un "mejor equilibrio entre el trabajo y la vida personal" como principales motivadores. Pero, al mismo tiempo, señalan la tendencia de los empresarios a retomar la antigua dinámica de actividad en la oficina.
* **Las reubicaciones parecen ser más temporales:** Casi una quinta parte (18%) de los encuestados dice que se mudaron durante el año pasado, y el 84% de los que se mudaron mencionaron a COVID-19 como una razón parcial. Entre los consumidores que se han mudado, más de la mitad (53%) indicó que su mudanza fue temporal y que regresarán cuando COVID-19 esté bajo control.
* **La inmunización y los planes de viaje:** Finalmente, las vacunas influyen en la intención de viajar y en la actividad social. Los consumidores que se han vacunado al menos una vez planean viajar y participar en reuniones sociales mucho más que los no vacunados. Sin embargo, el impacto de la inmunización en los planes de viaje varía mucho según la edad. -

El informe completo se encuentra en el siguiente enlace:

[***COVID-19 Consumer pulse survey report. Spring 2021***](https://home.kpmg/co/es/home/insights/2021/05/covid-19-consumer-pulse-survey.html)

|  |
| --- |
| **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 146 países y jurisdicciones y contamos con 227.000 personas trabajando en firmas miembro en todo el mundo. Cada firma de KPMG es una entidad legalmente distinta y separada y se describe a sí misma como tal. KPMG International Limited es una entidad privada inglesa limitada por garantía. KPMG International Limited no brinda servicios a los clientes. |

|  |
| --- |
| Acerca de 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, 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 WilliamsGerente de Comunicaciones KPMG Argentinacnegretewilliams@kpmg.com.arTel: 4316-5700 interno 5895Stella Rey PalermoDirectora de Clientes y Mercados, Marketing y ComunicacionesKPMG Argentinastellarey@kpmg.com.arTel: 11 4316-5700 interno 5981 Tamara Vinitzky Socia a cargo de Clientes & Mercados,  Marketing & Comunicaciones y Diversidadtvinitzky@kpmg.com.ar Tel:11 4316 5828<https://home.kpmg/ar/es/home/media/press-releases.html> |
|  |
| **Twitter**[**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 |