



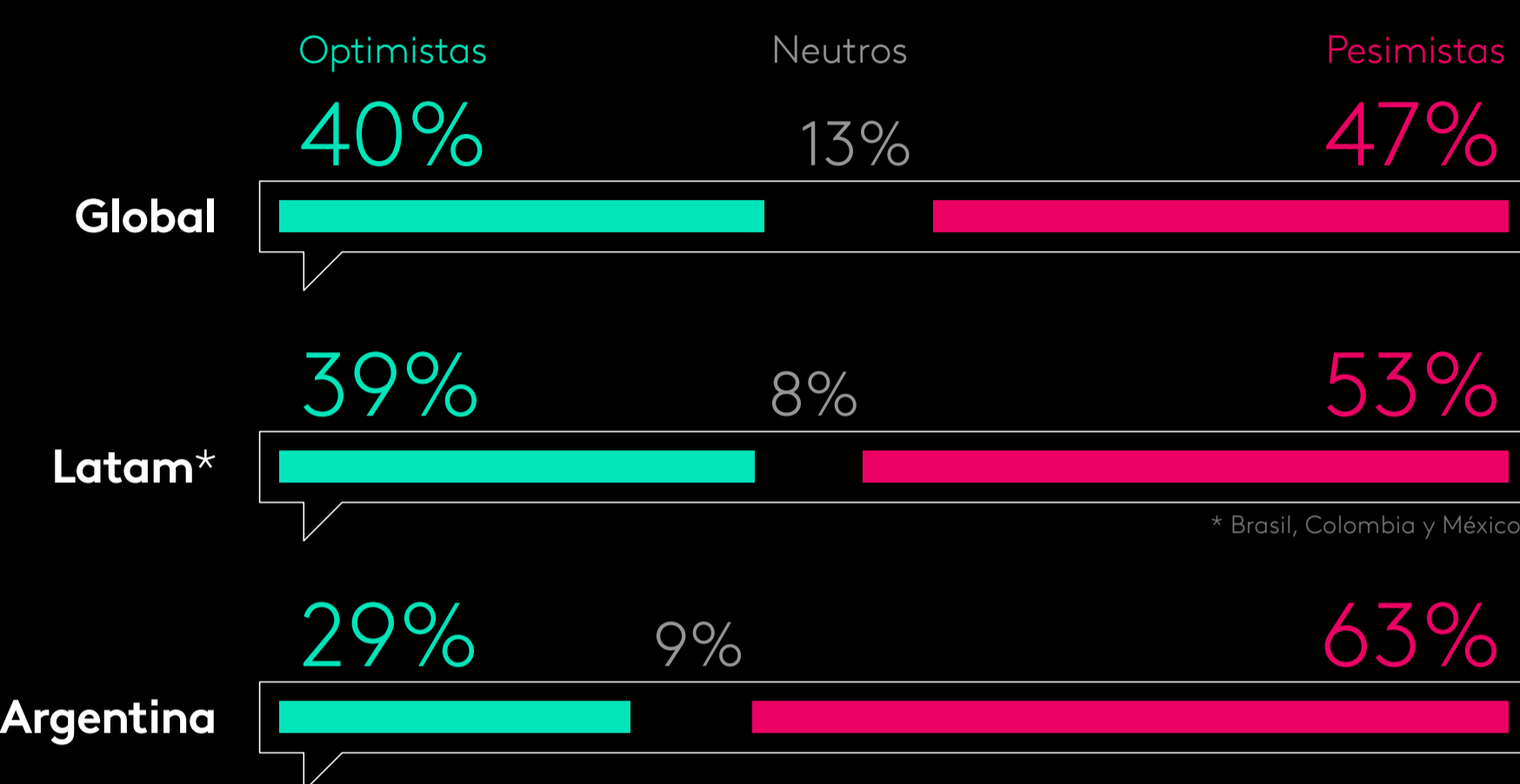
## ¿Cuál es el mood del consumidor argentino frente a la nueva ola?

Esta nueva etapa de la pandemia nos encuentra más cansados. Luego de un 2020 marcado por angustias e incertidumbre, la caída del poder adquisitivo de los hogares es una realidad (sólo 1 de cada 10 no se vió impactado), y más allá de la preocupación por la salud, el miedo a contagiarse y la mirada negativa acerca de la marcha de la economía, aparecen las consecuencias psicológicas.

### La mirada hacia el futuro

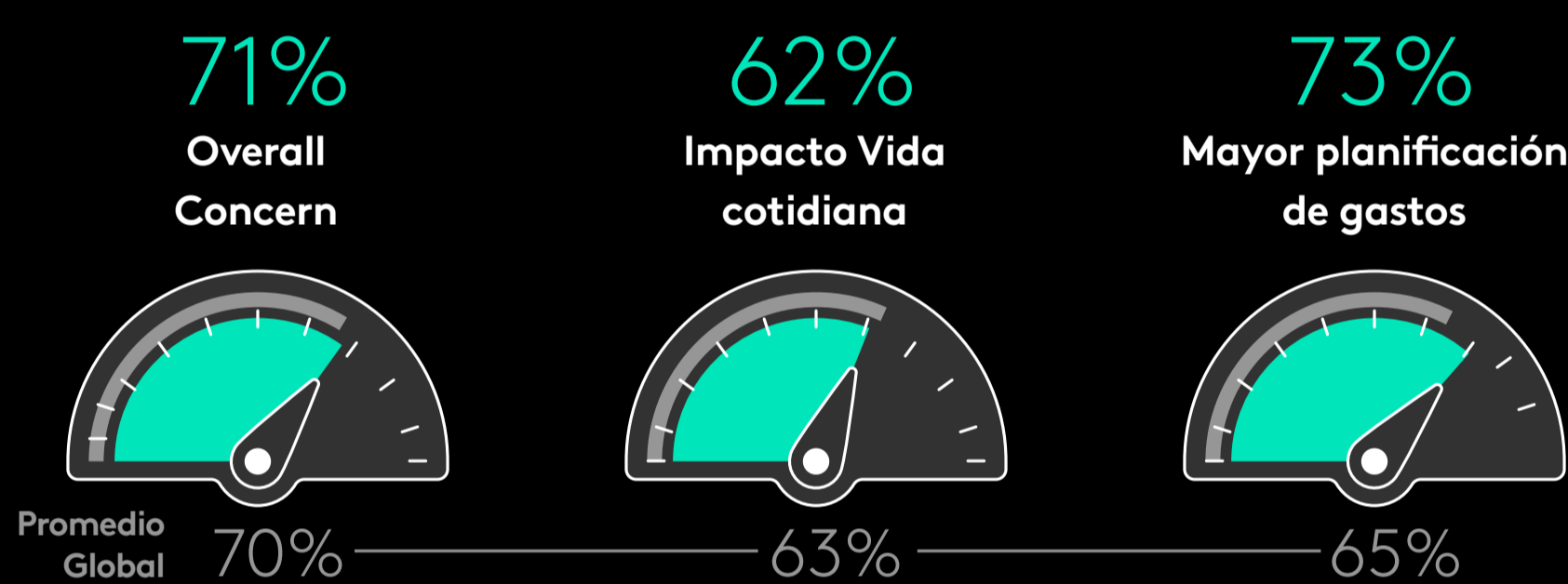
Los argentinos están entre los países más pesimistas acerca del futuro: sólo un 29% considera que la situación mejorará en breve, cuando el promedio global es 40%. Este escaso optimismo está ligado

a las perspectivas económicas negativas, ya que el 21% piensa que la actividad productiva se recuperará rápidamente, frente a un 72% que considera que la recuperación será lenta.



### El año que cambió nuestras vidas

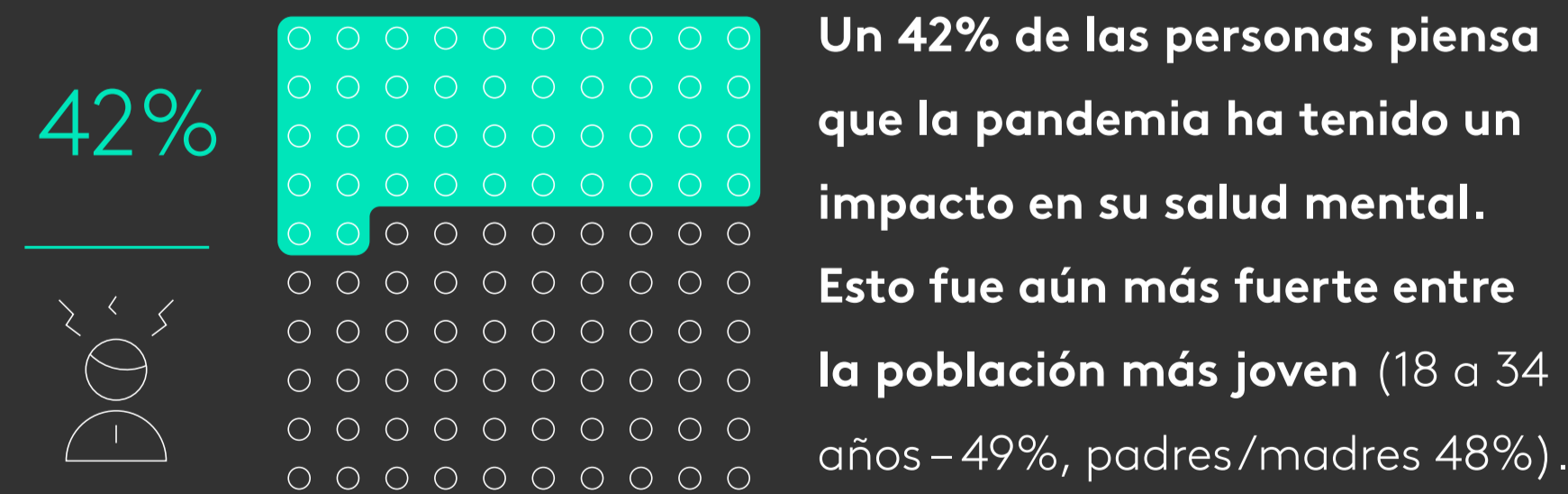
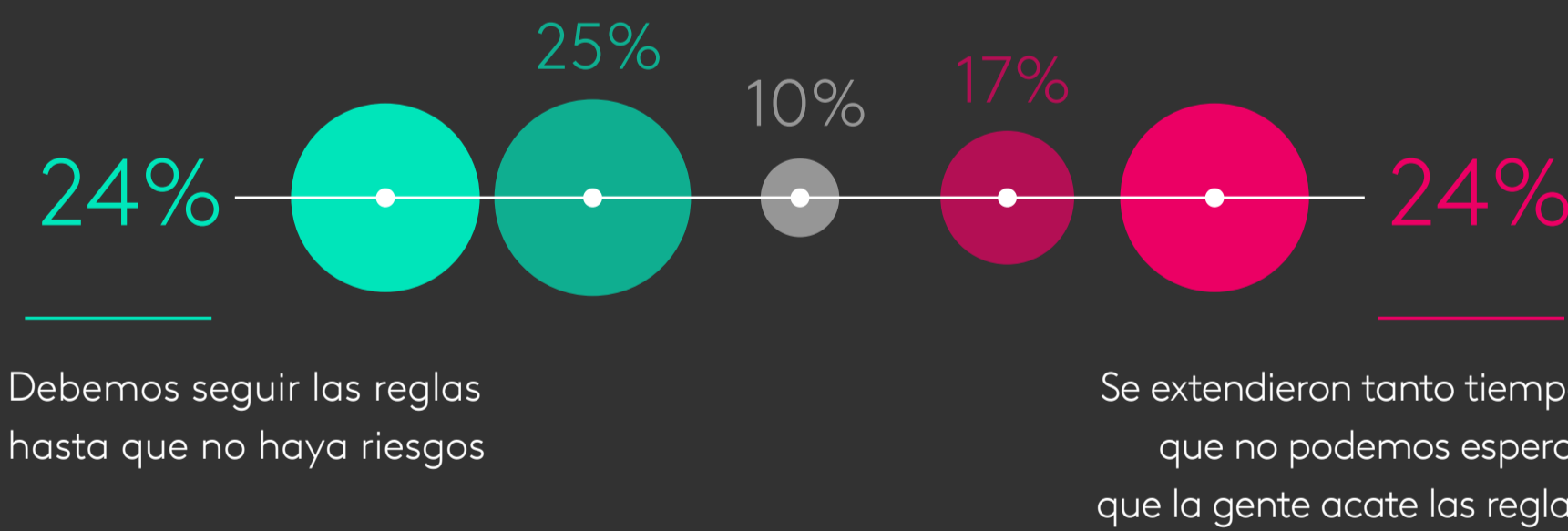
El 71% de los argentinos se manifiesta preocupado por la situación generada por la pandemia, y un 62% afirma que la pandemia tiene o ha tenido un efecto en sus actividades cotidianas. En paralelo, un 73% de las personas afirma que tuvo que realizar ajustes y cambios en sus gastos y actuar de forma proactiva con las finanzas del hogar.



### La sociedad del cansancio

Argentina es uno de los países de la región con menor predisposición a cumplir las reglas y recomendaciones de las autoridades a rajatabla: mientras un 49% declara seguir las disposiciones, un 41% cree que se extendieron demasiado

en el tiempo. En Brasil, donde la población se muestra más preocupada por la situación, un 76% está dispuesto a respetar las reglas hasta que la situación se normalice, mientras que en México alcanza un 63%.



**Acerca de Kantar**

Kantar es la compañía líder mundial de consultoría e insights basados en evidencias. Tenemos una comprensión única y completa de cómo piensan, sienten y actúan las personas a nivel global y localmente en más de 90 mercados. Al combinar el profundo expertise de nuestra gente, nuestros recursos de datos, nuestros servicios de analytics y la tecnología más innovadora, ayudamos a nuestros clientes a entender a las personas e inspirar crecimiento.

**Conocé más acerca de la los nuevos hábitos del consumidor y otros temas en:**

[Globe icon](#) [in icon](#)

fuente: Kantar Barómetro 2021, un estudio global, realizado en más de 20 mercados entre el 21 y 23 de abril, para esta etapa de la pandemia. En Argentina, se realizaron 500 encuestas online de alcance nacional.