**#CompraDeBienes**

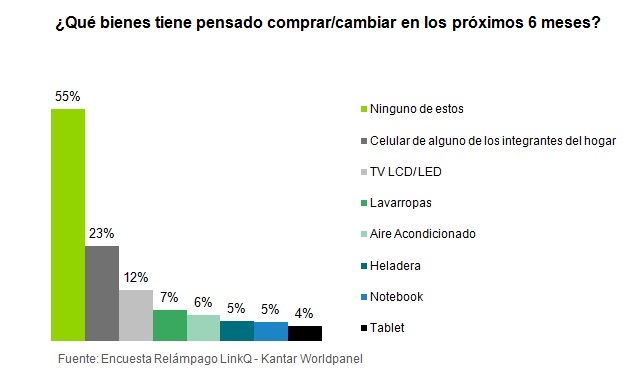
**El 55% de los argentinos no piensan comprar / cambiar bienes en el hogar**

Ciudad de Buenos Aires, 14 de Septiembre del 2016.- El 55% de los argentinos no tiene pensado comprar o cambiar los principales productos de electrónica/electrodomésticos de su hogar, en los próximos seis meses, según se desprende la de **Encuesta Relámpago LinkQ** que realizó Kantar Worldpanel sobre su panel.

Mientras que dentro de los que piensan comprar o cambiar productos, el 23% de los encuestados afirma que será el celular de alguno de los integrantes de su hogar; el 12% la TV LCD / LED –prevaleciendo este comportamiento en ambos extremos de la pirámide social-, el 7% el lavarropas, el 6% el aire acondicionado, el 5% la heladera y notebook y, el 4% la Tablet.

Respecto al año pasado, el porcentaje de hogares que afirmaron no tener pensada la compra de ninguno de estos bienes creció de 50% a 55%, la cantidad de respuestas de la opción celular y notebook se mantuvo relativamente estable, mientras que la opción de TV creció levemente:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Respuestas** | **2015** | | **2016** | |
| Ninguno de estos | 50% | | 55% | |
| Celular de alguno de los integrantes del hogar | 24% | | 23% | |
| TV LCD/ LED | 10% | | 12% | |
| Lavarropas | 9% | | 7% | |
| AireAcondicionado | 8% | | 6% | |
| Heladera | 8% | | 5% | |
| Notebook | 5% | | 5% | |
| Tablet | 6% | 4% | |

****

**Metodología: Encuesta Relámpago LinkQ**

Tipo de pregunta: De respuesta múltiple | 1059 casos

***Sobre Kantar Worldpanel***

*Kantar Worldpanel es el líder mundial en conocimientos sobre el consumidor e insights basados en paneles de consumidores continuos.*

*Gracias a la combinación de control, conocimiento del mercado, análisis avanzados y soluciones a medida, Kantar Worldpanel inspira decisiones exitosas para fabricantes, marcas, distribuidores, analistas de mercado y organizaciones gubernamentales en todo el mundo.*

*Con más de 60 años de experiencia, un equipo de 3500 personas y servicios cubriendo 60 países de manera directa o mediante nuestros socios, Kantar Worldpanel convierte el comportamiento de compra en ventaja competitiva en diversos sectores como consumo masivo, moda, bebés, telecomunicaciones y entretenimiento entre muchos otros.*

*En Latinoamérica, somos el número uno con presencia en hogares de 15 países desde México hasta Argentina.*

*Para más información, por favor visite:* [*http://www.kantarworldpanel.com/ar*](http://www.kantarworldpanel.com/ar)

[*Twitter*](https://twitter.com/KWP_AR) - [*LinkedIn*](https://www.linkedin.com/company/kantar-worldpanel-argentina)