**4 de cada 10 argentinos usaron WhatsApp en el último mes para recibir información de empresas, en mayor medida de supermercados y un tercio realizó compras a través de este medio**

Voices! comparte los resultados de un **estudio de opinión pública nacional** entre población mayor de 16 años que explora los **usos y** **opiniones acerca de WhatsApp**, profundizando en el **vínculo** y la **comunicación** que este medio permite establecer **entre empresas y consumidores.**

En un contexto de creciente **omnicanalidad**, los hallazgos del estudio resaltan la **transformación** en los **patrones de interacción entre consumidores y marcas.** Los usuarios utilizan **diversas plataformas** **para informarse y realizar sus compras**, desde redes sociales hasta aplicaciones móviles y sitios web, en busca de experiencias eficientes. En este escenario, **WhatsApp emerge como una herramienta con un** **gran potencial.** Estas dinámicas **redefinen el panorama comercial**, brindando **nuevas oportunidades** para aquellas empresas dispuestas a innovar y adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado.

Según los resultados del estudio de Voices, **el 28% de los argentinos encuestados señala haber utilizado WhatsApp para realizar alguna compra en el último mes.** Al observar los resultados por segmentos sociodemográficos, vemos que el porcentaje crece ligeramente entre las **mujeres** (31% vs. 25% en hombres), **adultos de 25 a 34 años** (37% vs. 18% en jóvenes de 16 a 24 años), habitantes del **interior del país** (32% vs. 28% en CABA y 20% en GBA), y de forma aún más notoria entre los encuestados de **nivel socioeconómico alto**, alcanzando a un 40%.

**En los últimos 30 días, ¿has usado o no WhatsApp para realizar alguna compra?**

Fuente: Encuesta nacional Voices! 2024

*“****REALIZÓ ALGUNA COMPRA MEDIANTE WHASTAPP”***

**POR SEGMENTOS SOCIODEMOGRÁFICOS**

Fuente: Encuesta nacional Voices! 2024

Por otro lado, se indagó acerca de la **utilización de WhatsApp como un medio para obtener información de empresas y/o proveedores de bienes y/o servicios.** Y para ello se les preguntó a los encuestados si habían usado esta aplicación en el último mes para informarse acerca de las ofertas y promociones disponibles, el lanzamiento de nuevos productos, y otro tipo de información. **4 de cada 10** (44%) **reportan que sí lo hicieron,** lo cual muestra que WhatsApp estáocupando espacios tradicionalmente dominados por otros medios o plataformas.

Las menciones positivas crecen entre los **adultos de 35 a 49 años** (50%) y los de **65 años y más** (48%), mientras que disminuye en jóvenes de 16 a 24 años (32%).

**LOS SUPERMERCADOS, MAYORISTAS Y ALMACENES SON LOS MÁS ACTIVOS EN WHATSAPP, PERO UNA GRAN VARIEDAD DE INDUSTRIAS RECURREN A ESTE MEDIO PARA BRINDAR INFORMACIÓN**

Para conocer mejor qué tipo de empresas están utilizando WhatsApp como canal informativo, se les pidió a los encuestados que seleccionaran entre una lista de empresas y/o proveedores de distintos rubros, de cuáles habían recibido información en los últimos 30 días. El estudio de Voices muestra que **si bien hay un rubro de empresas que lidera, son varios los que tienen actividad en WhatsApp.**

Los **supermercados, mayoristas y almacenes** son mencionados en primer lugar por **4 de cada 10 encuestados** (38%),porcentaje que crece entre **mujeres**, alcanzando a casi 5 de cada 10 (44% vs. 31% en hombres) y disparándose a 7 de cada 10 entre **mayores de 65 años** (68% vs. 24% en jóvenes de 16 a 24).

En segundo lugar, es mencionado el rubro de **electrodomésticos/tecnología,** conun 24% de menciones. El porcentaje crece de forma notoria entre los segmentos etarios más altos, alcanzando a 7 de cada 10 mayores de 65 años y a 4 de cada 10 adultos de 50 a 64 años. En un cercano tercer lugar, son mencionadas por un 22% de encuestados las **empresas de indumentaria y/o calzado**, porcentaje que aumenta a 27% entre los adultos de 35 a 49 años.

Un tanto más abajo en la lista aparece **el rubro de belleza y cuidado personal**, mencionado por un 20% de encuestados, creciendo a 26% entre las mujeres (versus el 12% registrado en hombres) y a 24% entre jóvenes de 16 a 34 años (vs. 12% en adultos de 65 años y más). Luego, le siguen las **empresas de venta de** **artículos para el hogar**, con un 19% de menciones (creciendo a 26% entre los de 65 años y más).

Finalmente, son mencionados los **restaurantes y tiendas de comida preparada** (17%), **empresas de viajes** (16%) **y empresas o proveedores de servicios de entretenimiento** (16%).

**¿De qué tipo de empresas recibiste en los últimos 30 días este tipo de información?**

Fuente: Encuesta nacional Voices! 2024. Base: Quienes usaron WhatsApp en los últimos 30 días para recibir información de alguna empresa/ proveedor de bienes o servicio

**Ficha técnica**

Cobertura: Nacional

Universo: Población adulta (16+)

Técnica de recolección: encuestas online a partir de aplicación de cuestionario

Tamaño muestral: 1006 casos

Fecha de campo: abril de 2024

**Acerca de Voices!**

Empresa con foco en la investigación social, política y de mercado, con el objetivo de proporcionar consultoría a las organizaciones usando rigurosas metodologías y enfoques innovadores, tanto a nivel local, regional y global. <http://www.voicesconsultancy.com/>

**Por consultas:**

Delfina Rosell, Marketing & Client Innovation

+54 (911) 34 93 57 58