

Jóvenes no quieren prescindir de marcas

COMERCIO. UN INFORME DE BRANDSTRAT MOSTRÓ QUE 85% DE LOS ENCUESTADOS DE ENTRE 18 Y 24 AÑOS DIJO QUE PREFIERE COMPRAR MENOS DE TODOS LOS PRODUCTOS, PERO MANTENER LA VARIEDAD

BOGOTÁ

Los jóvenes, por su arraigo hacia ciertas marcas, prefieren mantenerlas, así sea en menor cantidad, cuando necesitan ahorrar.

Así lo señaló un estudio de la consultora BrandStrat, informe que mostró que 85% de los consumidores de entre 18 y 24 años prefiere comprar menos de todos los productos de su mercado, pero mantener la variedad como estrategia de ahorro. Esto, frente a 15% del mismo grupo de edades que respondió que sacaría totalmente de sus compras regulares algunos artículos.

Este comportamiento también se explica porque, por lo general, la variedad de productos que utilizan los jóvenes no es tan amplia frente a otros grupos de edades, lo cual hace más complicado prescindir de algunos.

El estudio de BrandStrat se realizó en ocho ciudades de Colombia (Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Manizales, Pereira, Cali, Medellín y Cartagena) con 1.016 encuestados.

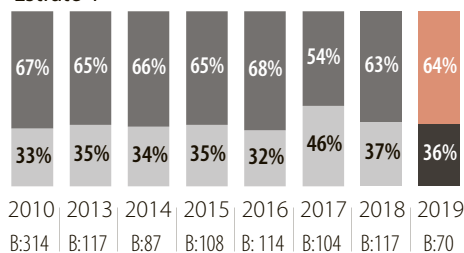
En este también se muestra que la preferencia de los jóvenes de entre 18 y 24 años se repite entre quienes tienen de 56 años en adelante, pues 90% de las personas dijo que a la hora de ahorrar no prescindiría de las marcas, sino que disminuiría la cantidad de los artículos comprados; frente a 10% que prefiere sacar de su mercado regular algunos de los ítems. De acuerdo con la consultora, esto puede estar motivado por "ser los decisores/cabeza de hogar, convirtiéndose en los encargados de mantener estabilidad en el consumo de los miembros de la familia".

Aunque en menor medida, esta tendencia se mantiene en los otros grupos de edades. "A partir de la mejor situación eco-

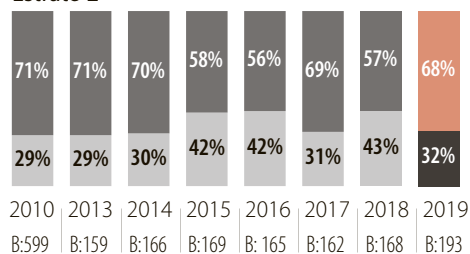
ESTRATEGIAS DE AHORRO

Por nivel socio económico

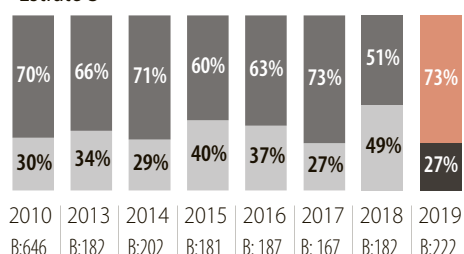
Estrato 1



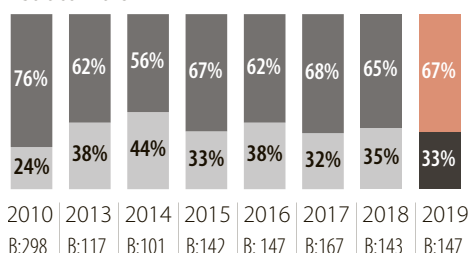
Estrato 2



Estrato 3

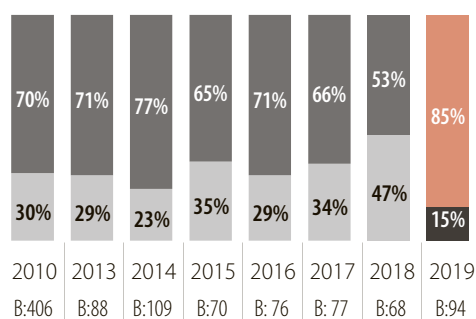


Estrato 4 a 6

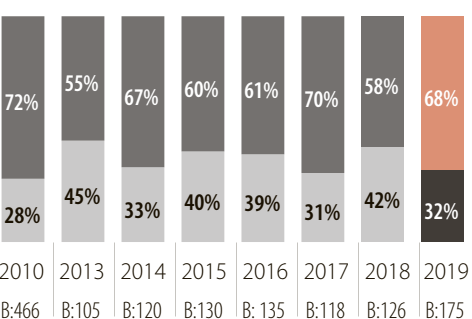


Por edad

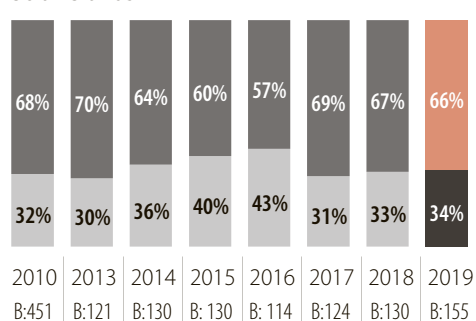
18 a 24 años



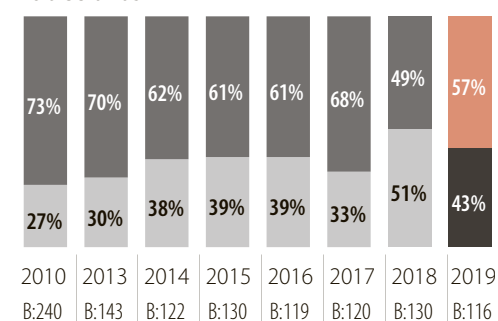
25 a 35 años



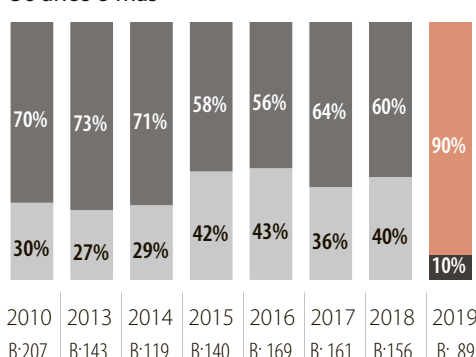
36 a 45 años



46 a 55 años



56 años o más



Compraría menos de todos los productos pero mantendría la variedad de productos actual

Sacaría totalmente de sus compras regulares algunos productos

Fuente: BrandStrat Gráfico: LR-VT

nómica, los colombianos no deben renunciar a productos para ahorrar, como en el año anterior, pues la opción de desertar de algunos productos se redujo en 13%. Durante 2018 se vio una gran incidencia por renunciar a la compra de productos, probablemente por la incertidumbre política que afrontaba

el país en aquel periodo", señaló el informe de BrandStrat.

Otro de los hallazgos del estudio es que para los estratos 2 y 3 se estabilizó el comportamiento frente a las estrategias, "dado que 2018 no es un buen referente por el impacto que tuvo la reforma tributaria de 19%, que alteró el comporta-

miento de consumo significativamente, obligando a renunciar a ciertos productos, pues la reforma tiene un mayor impacto en los consumos de los estratos inferiores", concluyó el informe. En cambio, para los estratos

medios y altos, el panorama se mantiene similar frente a 2018, donde prescindir de ciertas marcas no es una opción para la gran mayoría (67%).

TATIANA ARANGO
tarango@larepublica.com.co