



Noviembre 28, 2003



La familia es el eje

Coherente con la inclinación de los niños colombianos hacia los elementos intangibles como fuentes de realización personal, se observa que la familia se constituye como el eje central de ellos, posicionándose como un valor imprescindible e incluso relacionándose con la proyección que este segmento hace de su vida a futuro. Aunque puede considerarse un resultado predecible, llama la atención la alta aparición de afirmaciones como tener una buena relación con los hijos o tener un matrimonio feliz dentro de los símbolos de éxito y realización mencionados por los niños y jóvenes colombianos, en comparación con otras culturas como la estadounidense, tal como lo evidencian los siguientes datos:

¿Cuáles de las siguientes afirmaciones crees tú que serían símbolos de éxito y realización en el futuro?

	9 a 11 años		12 a 16 años	
	Colombia	E.E.U.U.	Colombia	E.E.U.U.
Tener una buena relación con tus hijos	91%	61%	96%	66%
Estar felizmente casado	80%	64%	80%	76%
	BR: 400	BR: 478	BR: 600	BR: 475

Así mismo, se observa que existe comunicación frecuente entre padres e hijos, quienes sienten que participan incluso en decisiones importantes de familia asumiendo un papel activo dentro de éste, su grupo de referencia primario. Recuerde que son consumidores ávidos de información en todos los niveles.

Hablas o has hablado con tus papás acerca de: ...SI.

	9 a 11 años	12 a 16 años
Tu desempeño en el colegio	92%	91%
Tus planes para el futuro	76%	80%
Ahorrar tu dinero	86%	75%
Quiénes son tus amigos	87%	87%
El tipo de vacaciones que toma tu familia	65%	62%
Decisiones importantes de familia	80%	84%
La situación financiera de tu familia	73%	80%

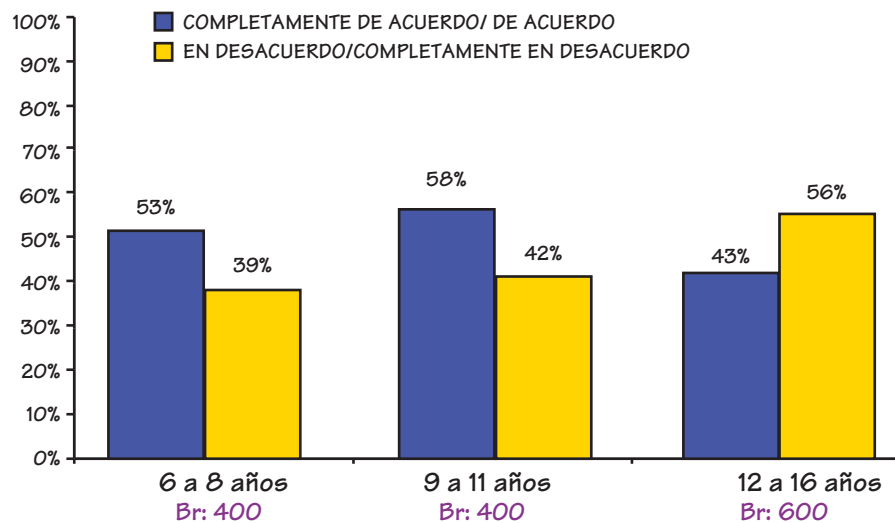
Base real: total encuestas realizadas

Br: 400

Br: 600

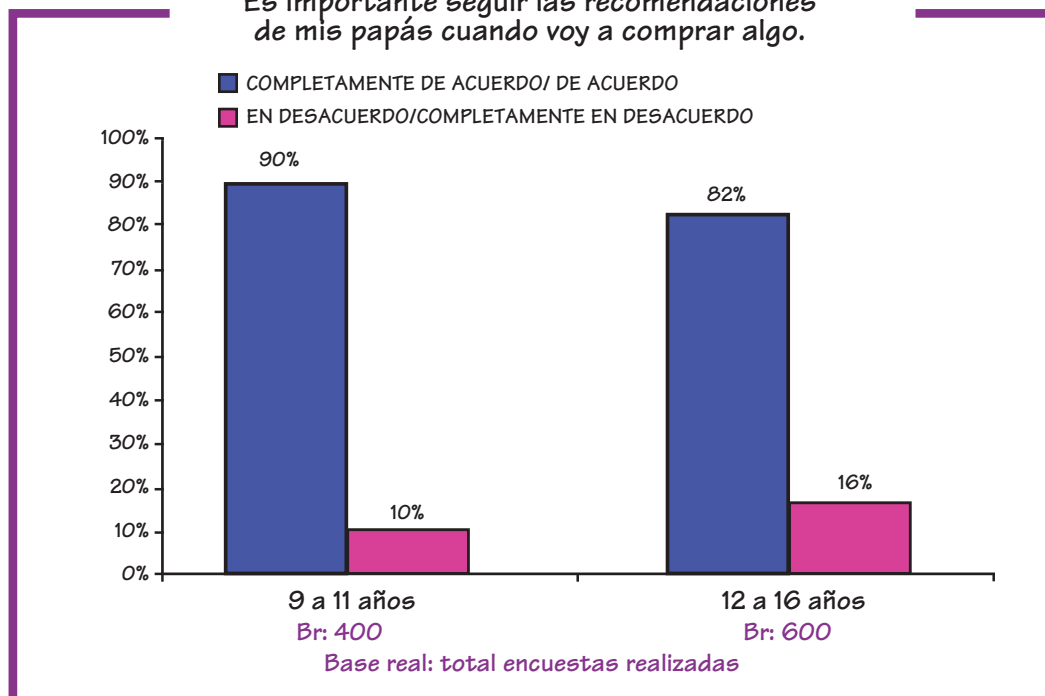
Por lo anterior, los diferentes integrantes de la familia se convierten en un medio idóneo para hacer uso del “*mercadeo boca a boca*”, el cual definitivamente resulta efectivo con este target, cuyos integrantes manifiestan decididamente tener en cuenta las recomendaciones de sus padres en el momento de probar una marca o producto nuevo, aunque sean ellos mismos quienes tomen la decisión final, como puede observarse en los siguientes datos:

Qué tan de acuerdo te encuentras con la siguiente afirmación: casi siempre compro las marcas que compran mis papás

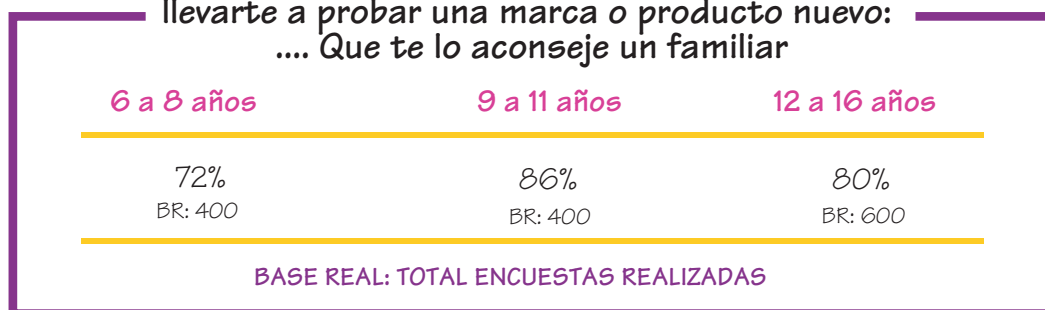


Base real: total encuestas realizadas

Qué tan de acuerdo te encuentras con la siguiente afirmación:
Es importante seguir las recomendaciones de mis papás cuando voy a comprar algo.



Cuáles de las siguientes opciones consideras que pueden llevarte a probar una marca o producto nuevo:
 ... Que te lo aconseje un familiar



Si le interesa emplear las figuras familiares a nivel comunicacional, es importante que tenga en cuenta la percepción que tienen los niños y jóvenes de acuerdo a su edad frente a cada una de estas, pues es de resaltar que la percepción de figuras como la del abuelo y los hermanos difieren considerablemente en relación con la etapa cronológica del niño:

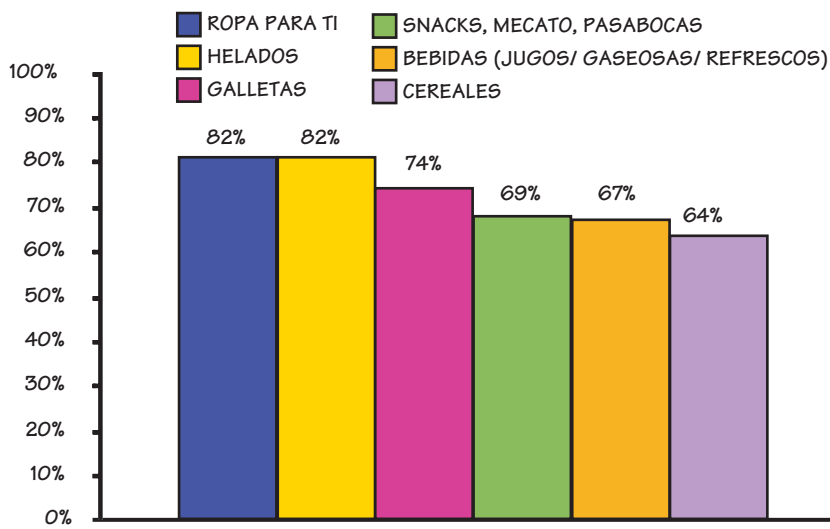
CONFIANZA: alta en mamá y papá



Tenga presente en el momento de dirigirse a este segmento, que la familia no solo es la encargada de enseñarles los aspectos básicos racionales, convirtiéndose en un instrumento de consumo a partir de la comunicación que existe entre ellos y del fenómeno de imitación que en las primeras etapas es determinante; para los niños colombianos la familia guarda un significado profundo dotado de sentimientos que lo convierten en un valor transmitido de generación en generación, similar a como se refleja en el segmento adulto.

Diríjase a un consumidor inteligente, bien informado, en búsqueda de experiencias únicas e irrepetibles, con un papel activo dentro de su familia; es decir "con voz y voto" dentro de ésta en materia de consumo:

Tu recomendaste a tus papás escoger o comprar...



BR: 1400

BASE REAL: TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS