



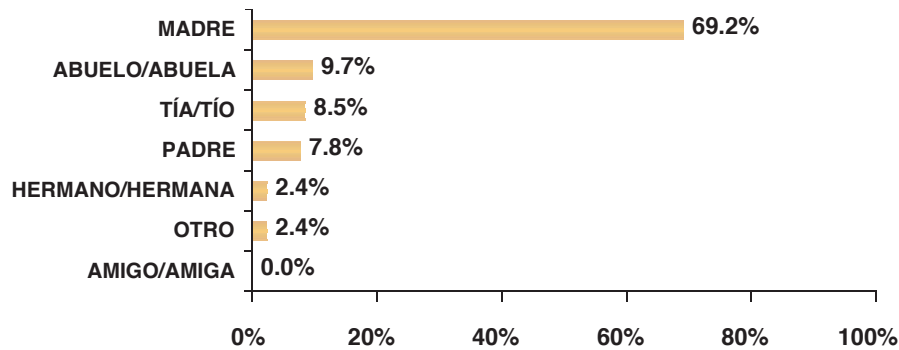
Abril 4, 2005

La lonchera: a gusto de quién?

De manera definitiva, la lonchera que los niños llevan al colegio es una ocasión de consumo en la que la mamá y el niño deben ponerse de acuerdo, ya que el papel de los dos es fundamental en el momento de definir los productos y marcas que se incluirán.

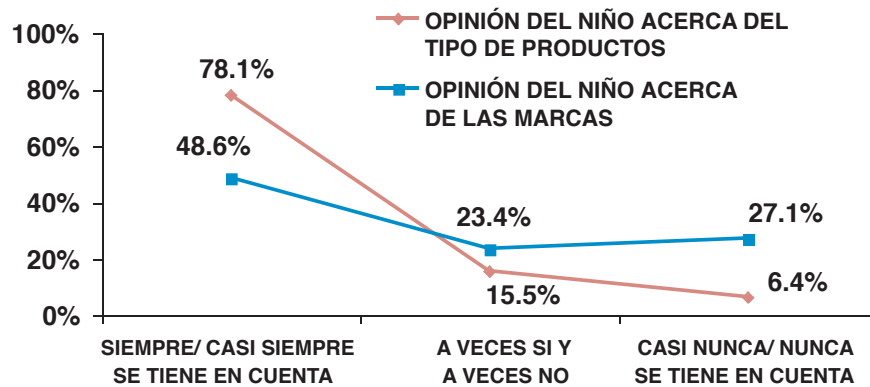
Así, las cifras muestran que lo habitual en las familias colombianas es que sea la mamá quien compre y conozca acerca de los productos que hacen parte de la lonchera:

Persona que compra y conoce acerca de los productos que lleva el niño en la lonchera



Base real: 700 encuestas realizadas

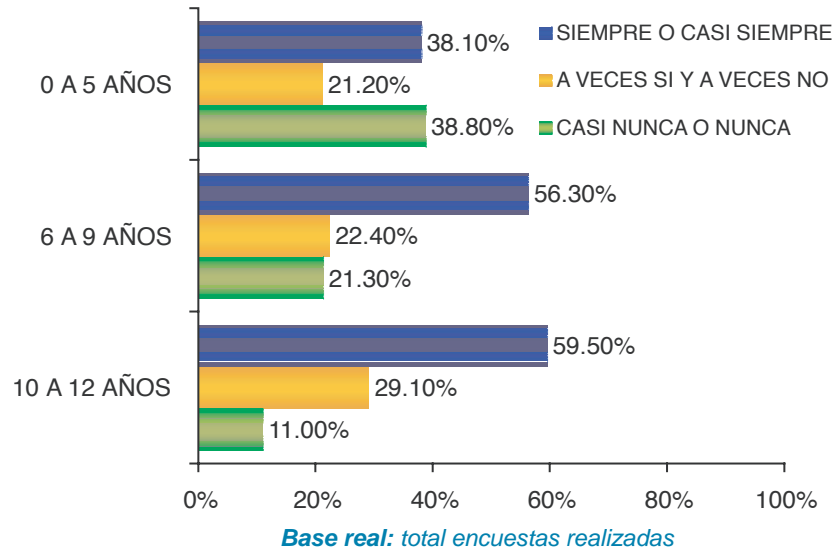
Pero indudablemente ellas no dejarían de lado la opinión de sus hijos; en especial en cuanto al tipo de productos que se incluirán en la lonchera (78.1% tiene en cuenta la opinión siempre o casi siempre). Y aunque en cuanto a marcas sea menos clara la influencia, un porcentaje no despreciable (48.6%) afirma tener en cuenta la opinión del niño.



Base real: 700 encuestas realizadas

Varios criterios impactan esta influencia en las marcas; por ejemplo la edad del niño es determinante:

Usted diría que la opinión del niño en el momento de seleccionar las marcas que se incluyen en la lonchera es tomada en cuenta:



Esta información hace parte del estudio CMR Lonchera realizado en febrero de 2005 por YanHaas S.A para explorar los hábitos asociados a esta ocasión de consumo en los niños de 0 a 5, 6 a 9 y 10 a 12 años.

FICHA TÉCNICA

Se realizaron 700 encuestas telefónicas a personas que compran y preparan la lonchera de los niños en Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga.

Fecha del campo: 19 a 23 de febrero