

Marzo 31, 2003

Ante la ausencia repentina de marcas en los supermercados, dos de cada tres consumidores que no encuentran su marca, se van a buscarla a otros lugares

El **48.2%** de las personas mayores de 18 años, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2 al 6 en las 6 principales ciudades del país **“ha percibido la desaparición repentina de algunas marcas de productos en los supermercados que visitan actualmente”**. Los bogotanos (57.7%) y los barranquilleros (50.6%) son los segmentos de la población que en mayor medida perciben esta situación. Así lo revelan los resultados del YanHaas Poll realizado por **YanHaas, la unión de Yankelovich Acevedo & Asociados con Harris Interactive en Colombia**, a través una encuesta telefónica aleatoria realizada entre el 3 y 10 de febrero del año en curso a 977 personas.

¿Quién es el responsable de la ausencia de las marcas en los supermercados?

Mientras que el **31.3%** de la población bajo estudio considera responsable de este hecho a los **supermercados**, el **38.5%** responsabiliza a las **marcas o proveedores**.

¿Quién pierde más: el supermercado o el proveedor?

Las cifras demuestran que la fidelidad de marca pesa mucho en este conflicto, porque el **63.7%** de las personas **busca la marca no disponible en otro supermercado**.

TABLA 1

¿Ha percibido la desaparición repentina de algunas marcas de productos en los supermercados que visita habitualmente?

Base: Total encuestas realizadas

		BOGOTÁ	CALI	MEDELLÍN	B/QUILLA	B/MANGA	PEREIRA	Total
SI	% col.	57.7%	44.8%	37.6%	50.6%	38.2%	11.6%	48.2%
NO	% col.	42.3%	55.2%	62.4%	49.4%	61.8%	88.4%	51.8%
Total	BR	214	192	200	121	150	100	977
	BP	46.3%	19.9%	17.1%	7.3%	5.3%	4.2%	100.0%

TABLA 2
¿quién considera usted que es responsable de este tipo de situaciones?
 Base: Total encuestas realizadas

		BOGOTÁ	CALI	MEDELLÍN	B/QUILLA	B/MANGA	PEREIRA	Total
Los supermercados	% col.	30.6%	22.4%	51.7%	22.9%	34.0%	14.0%	31.3%
Las marcas o proveedores	% col.	39.9%	42.5%	21.8%	38.3%	48.7%	72.0%	38.5%
los consumidores finales	% col.	20.4%	24.9%	18.1%	35.7%	11.7%	14.0%	21.7%
La publicidad	% col.	2.1%	.7%					1.3%
La situación económica	% col.	1.4%						.8%
Intereses del mercado de uno y otro lado	% col.	.3%						.2%
Competencia en el mercado	% col.	1.2%	2.2%					1.1%
La política de exportaciones	% col.	.2%						.1%
Los fabricantes	% col.		.7%					.1%
La mala calidad de los productos	% col.		.8%					.2%
Ninguno	% col.			2.4%				.3%
NS / NR	% col.	3.9%	5.8%	6.0%	3.2%	5.5%		4.5%
Total	br	126	92	83	55	52	12	420
	bp	55.4%	18.4%	13.3%	7.7%	4.2%	1.0%	100.0%

TABLA 3
¿Qué actitud asume usted frente a este tipo de situaciones?
 Base: Total encuestas realizadas

		BOGOTÁ	CALI	MEDELLÍN	B/QUILLA	B/MANGA	PEREIRA	Total
Bbusca la marca no disponible en otro supermercado	% col.	61.0%	66.2%	66.5%	64.4%	78.6%	58.8%	63.7%
Simplemente cambia por cualquier otra marca disponible en el supermercado en ese momento	% col.	39.0%	33.8%	33.5%	35.6%	21.4%	41.2%	36.3%
Total	BR	126	92	83	55	52	12	420
	BP	55.4%	18.4%	13.3%	7.7%	4.2%	1.0%	100.0%