

## CONSUMO

## Cambiar de marca no satisface a los consumidores

L.R.G.

MADRID. Buscar el precio más barato del mercado para un mismo producto se ha convertido en una estrategia básica para ahorrar en la cesta de la compra. Sin embargo, ocho de cada diez consumidores afirman no haber conseguido el resultado esperado cuando en alguna ocasión han adquirido un producto para sustituir una marca habitual, según se desprende del estudio ¿Cómo es tu cesta de la compra? 2010 elaborado por la empresa Sonda para Promarca.

Este estudio rompe con el mito del precio como factor motivador

de compra, ya que, aunque continúa siendo un aspecto importante para el consumidor, un 93 por ciento de los encuestados afirma que cuando se trata de llenar su cesta de la compra también tiene en cuenta aspectos como la calidad, la confianza del producto y la innovación que aporta, y sólo un 7 por ciento reconoce valorar únicamente el precio.

A la hora de buscar el ahorro, ocho de cada diez consumidores lo hace a través de las ofertas realizadas por los fabricantes, por encima de los descuentos de los distribuidores. Además, el 65 por ciento comprueba el origen del producto.