

MARCAS+ 2019

MARCAS + 2019

Por séptimo año consecutivo, Inpsicon Ltda. **Investigación en Psicología del Consumidor** (www.inpsicon.com), reconocido como grupo de investigación en Colciencias, realiza el estudio de Las Marcas + 2019. Esta investigación de carácter descriptivo es un insumo que permite conocer la preferencia y posicionamiento de las marcas (empresas/personas) en los habitantes de Barranquilla.

FICHA TÉCNICA

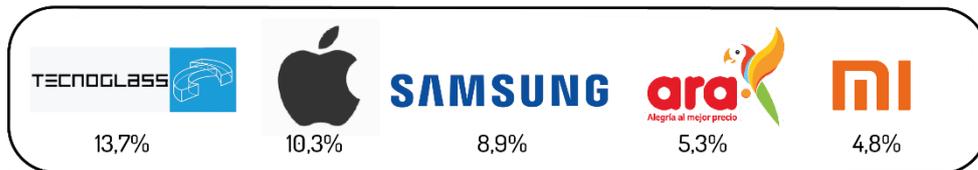
TÍTULO DEL ESTUDIO	Marcas + 2019 / 7MA versión
ENTIDAD DESARROLLADORA	Inpsicon Ltda.
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Cuantitativa
DISEÑO	Descriptivo
MUESTRA (n)	526 ciudadanos mayores de 18 años que han vivido el último año en la Ciudad de Barranquilla
MUESTREO	Intencional
NIVEL DE CONFIANZA	95%
MARGEN DE ERROR	5%
INSTRUMENTO	Cuestionario semi-estructurado. Modalidad de aplicación: Online y presencial
FECHA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	Del 5 al 15 de diciembre de 2019.

Con la realización del estudio de investigación de Inpsicon Ltda., “Marcas más 2019”, exploramos 9 temas:

- Las **MARCAS MÁS**: queridas, con mayor frecuencia de compra, más innovadoras, marca con mayor responsabilidad social.
- El proyecto que más beneficio ha generado a la comunidad.
- El deportista del año.

- Gestión de la Alcaldía durante el 2019.
- Preferencia para servicios de transporte, preferencia para servicios de domicilio.

Los resultados Marcas + 2019 Inpsicon Ltda., que recogen la percepción de 526 ciudadanos habitantes de la ciudad de Barranquilla, son:



PROYECTO DE CIUDAD QUE MÁS IMPACTO LE HA GENERADO



38,8%
Malecón
Del río

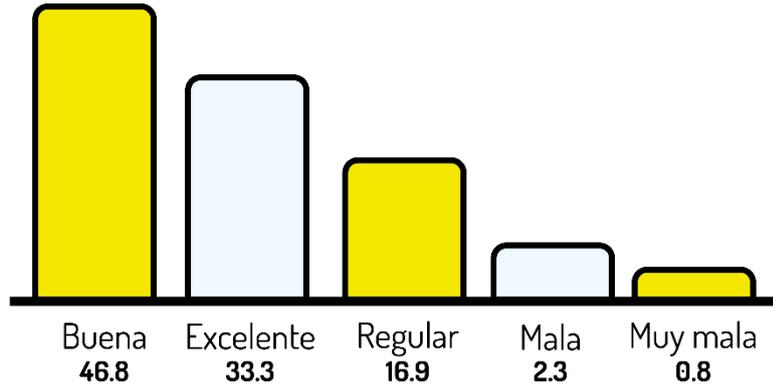


13,5%
Puente
Pumarejo



8,7%
Canalización
de arroyos

Gestión de la Alcaldía periodo 2016 - 2019



Deportista + destacado



Teofilio Gutierrez
76,1%

Anthony Zambrano
4,2%

Sharon Torres
3,3%

Alex Cujavante
1,4%

Shane Torres
1,1%

Marca + querida servicio de transporte



Marca + querida servicio de domicilio



MARCA + QUERIDA

Tiendas ARA, fue identificada como la marca **más querida** (11,0%) por los habitantes de la ciudad de Barranquilla, que respondieron la encuesta. Con más de siete años de presencia en el mercado colombiano, la marca portuguesa, ha logrado posicionarse en el mercado. Al consultar el por qué es la Marca Más Querida, los encuestados responden: Buenos precios (82,8%), Satisface mis necesidades de compra (6,9%), Ubicación cercana (6,9%) y Contribuye al desarrollo de la ciudad (3,4%).

En segundo lugar, se encuentra Supertiendas Olímpica con un (10,3%), la marca local siempre ha sido catalogada como una de las marcas más queridas y los motivos asociados a la afinidad son: Buenos precios (63,0%), Contribuye al desarrollo de la ciudad (16,7%) y Satisface mis necesidades de compra (7,4%). El tercer lugar de Marca Más Querida, lo ocupa NIKE, por: Buenos precios (45,2%), Calidad de servicio al cliente (31,0%), Satisface mis necesidades de compra (19,0%), Contribuye al desarrollo de la ciudad (2,4%) y Ubicación cercana (2,4%).

MARCA CON + FRECUENCIA DE COMPRA

Al preguntar “¿Cuál fue la Marca más **frecuente en sus compras?**”, Tiendas ARA se ubica nuevamente en primer lugar de preferencia, con (18,1%), los motivos asociados son: Ofertas y promociones (67,4%), Ubicación cercana (24,2%), Calidad de servicio al cliente (5,3%) y Calidad de sus productos (3,2%). En segundo lugar, se encuentra Olímpica, con un (13,7%) de frecuencia de compra, seguida de Falabella con un (7,8%).

MARCA + INNOVADORA

Por segundo año consecutivo, Tecnoglass (13,7%), cuya misión es la transformación del vidrio utilizando tecnología de fabricación superior, se posiciona en la mente de los consumidores como la marca más **innovadora**. La catalogan como la más innovadora por: la Aplicación de nuevas tecnologías (58,3%), Generación y ejecución de ideas de impacto a la calidad de vida (22,2%), Productos y servicios desarrollados (15,3%) y Uso de estrategias de venta (4,2%).

El segundo y tercer lugar lo ocupan Apple (10,3%) y Samsung (8,9%), respectivamente.

MARCA CON + RESPONSABILIDAD SOCIAL

La Alcaldía de Barranquilla con un (14,4%), se ubica como la Marca con **mayor responsabilidad social**. El ciudadano percibe cumplimiento de la Administración, con el Plan de Desarrollo 2016 – 2019 “**BARRANQUILLA: CAPITAL DE VIDA**”, que tiene como objetivo general, luchar contra la pobreza, cerrar las brechas sociales y económicas de los habitantes, mejorar su calidad de vida, participar activamente en la construcción de paz, aportar en el cumplimiento de los compromisos del país para la adaptación al cambio climático y generar progreso para el Distrito (Tomado de la

página de la Alcaldía). En segundo lugar, se encuentra Tecnoglass (12,4%) y Falabella (10,5%) en un tercer lugar.

PROYECTO DE CIUDAD QUE + BENEFICIO LE HA DADO

Malecón del Río (38,8%), este nuevo lugar para la ciudad, cuenta con cuatro nodos, en los que se encuentran espacios: gastronómicos, recreacionales, deportivos y culturales, ha propiciado la integración de familias barraquilleras y vistas de turistas. En diciembre de 2018 se convirtió en el sitio más visitado del país (por mt2), desde su apertura se estima, que el número visitantes supera los 7.000.000 millones de personas.

Como segundo Proyecto de Ciudad, se encuentra el nuevo Puente Pumarejo (13,5%) considerado icono de ingeniería, obra pública de gran impacto para el país, que tiene como objetivo principal, mejorar la navegación por el Río Magdalena, impulsar la economía para los departamentos de Atlántico, Magdalena y Bolívar. En tercer lugar se ubica la Canalización de arroyos (8,7%), como obra de impacto ciudadano.

LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA EN EL PERÍODO 2016 - 2019, FUE

La gestión de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, durante el periodo 2016 – 2019, a juicio de los encuestados tuvo una excelente evaluación de (80,1%), resultado de sumar las categorías de Excelente + Buena.

El alcalde Alejandro Char, culmina su mandato con las más alta aprobación y favorabilidad, entre los mandatarios de Colombia. Según el informe de rendición de cuentas 2016-2019, entregado por la Alcaldía el pasado 5 de diciembre de 2019, se reveló que los ejes: CAPITAL DE PROGRESO, CAPITAL DE BIENESTAR, CAPITAL DE SERVICIOS EFICIENTES Y ESPACIOS PARA LA GENTE, cumplieron eficientemente con los indicadores previstos.

DEPORTISTA + DESTACADO

Para el 2019, nuevamente Teófilo Gutiérrez se ubica como el deportista destacado (76,1%), el jugador pertenece al equipo Junior FC S.A. En segundo lugar, se encuentra Anthony Zambrano (4,2%), el velocista, quien recibió el reconocimiento de Acord Atlántico, como el mejor deportista del año 2019.

MARCA + PREFERIDA PARA SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE

Por segundo año consecutivo se posiciona InDriver con un (55,5%), esta plataforma tecnológica de origen ruso ha logrado aceptación en el mercado barranquillero, porque les permite a los usuarios encuestados, acordar el precio con los conductores. En la preferencia para el servicio de transporte, en segundo lugar, se ubica Transmetro con (12,2%) y Uber con (12,0%).

MARCA + PREFERIDA PARA SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE

Al preguntar “¿Cuál es la marca digital que más prefieren para pedir domicilios?” Rappi (61,2%) es la primera entre las opciones de los encuestados. Fundada en el 2015, sus fundadores son unos jóvenes colombianos, que trabajan con innovación tecnológica, son ejemplo de liderazgo de empresa unicornio. Seguida en preferencia por lfood (27,6%) y en tercer lugar, Domicilios.com (5,8%).

Agradecemos a todos los que voluntariamente respondieron el cuestionario, su aporte nos permite tener una visión panorámica de la preferencia y posicionamiento de las marcas. Sus argumentos son insumo sustancial, para continuar con el reto de Inpsicon Ltda., acercar el Consumo Responsable al Comercio Justo.