

Estudio revela el regreso de la marca como factor clave en la decisión de compra del consumidor venezolano

La decisión de compra en los hogares venezolanos ha dado un giro significativo, con la marca recuperando su rol protagónico. Así lo reseña una publicación de **Banca y Negocio** donde señalan que un reciente estudio de **Atena Grupo Consultor** indica que el **72% de las familias** ya sabe qué marca de productos comprar antes de dirigirse a la tienda

En la nota difundida su director, **Alexander Cabrera**, detalló que la importancia de la marca ha crecido para un **61% de los venezolanos**, quienes se han convertido en consumidores «**multifieles**». Asegura que este nuevo patrón de conducta implica que el consumidor es leal a varias marcas, lo que le permite tener más opciones y disfrutar de una mayor variedad de productos en el mercado.

En la publicación también Cabrera arroja luz sobre la relación entre el consumidor y los puntos de venta. Destacó que el **64% de los venezolanos**, al no encontrar su marca favorita, responsabiliza primero al fabricante. Sin embargo, si la situación se repite hasta en tres ocasiones, el consumidor cambia de tienda, responsabilizando al **retailer**.

Ante este panorama, el experto concluyó con una recomendación clave para las empresas: **para asegurar el éxito en 2025 y 2026, es fundamental «escuchar al consumidor y generar una propuesta de valor que se adapte a sus necesidades y expectativas».**

Con información de El Impulso