

2022

Haz Clic Aquí



**YANHAAS**  
No.203 **POLL**

**Consumidor  
ciudadano**

Junio 2022

## ¿QUÉ SIGNIFICA SER UN CONSUMIDOR CIUDADANO?

Es el consumidor del futuro que le exige a las empresas y sus marcas una postura ciudadana

### EVOLUCIÓN 2017-2022

El crecimiento que ha tenido en estos cinco años

### RANKING de dimensiones

Las variables que más le interesan a los consumidores ciudadanos

### EL PERFIL del consumidor ciudadano

¿Quiénes son?  
Edad, género, estrato, ciudades

### IMPLICACIONES para las empresas

Lo que deben tener en cuenta las empresas y sus marcas

### PMI - JUNIO 2022

El desempeño del sector de la  
manufactura en Colombia

# CONSUMIDOR CIUDADANO

## ¿Qué significa?

Un consumidor ciudadano tiene expectativas e intereses más allá de adquirir un producto o servicio a buen precio. **Espera que las empresas y sus marcas** estén alineadas con lo que es más importante para él y que se **comprometan con ayudar a mejorar la sociedad**. Espera que las marcas tengan un punto de vista y lo den a conocer.

“

*Las empresas y sus marcas deben ser actores de acciones y no de discurso.*

”



Consumidor Ciudadano - la evolución del consumidor como motor de las empresas y sus marcas ciudadanas

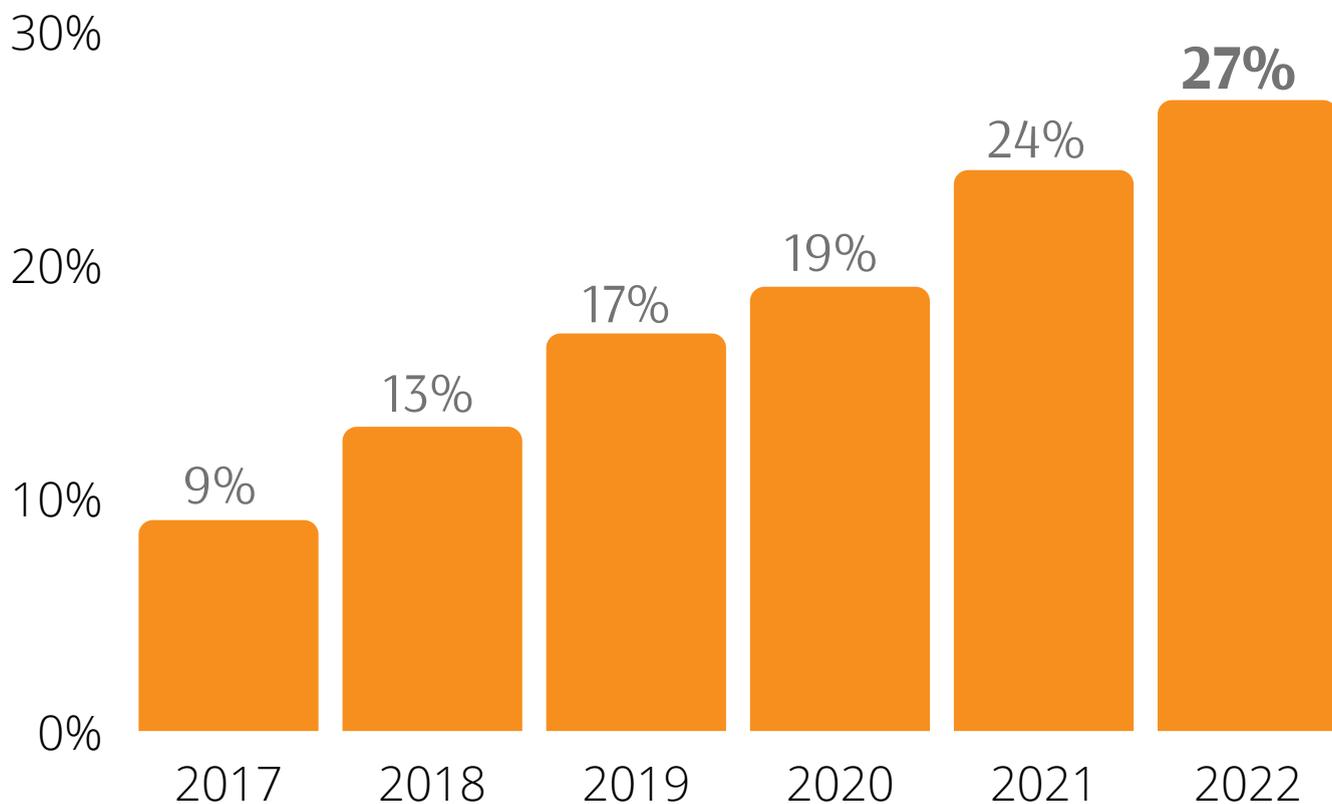
# EVOLUCIÓN 2017 - 2022



El consumidor ciudadano ha tenido un crecimiento muy importante en los últimos 5 años en Colombia, pasando de representar sólo el 9% en 2017 al 27% en 2022. Se ha convertido en un verdadero motor para las empresas y sus marcas al exigirles un verdadero **compromiso social, ambiental y humano en general más allá de vender su producto o servicio.**

1 DE CADA  
4 COLOMBIANOS  
ES UN  
CONSUMIDOR CIUDADANO HOY

## Evolución del consumidor ciudadano



# CARACTERÍSTICAS



## Características del consumidor ciudadano

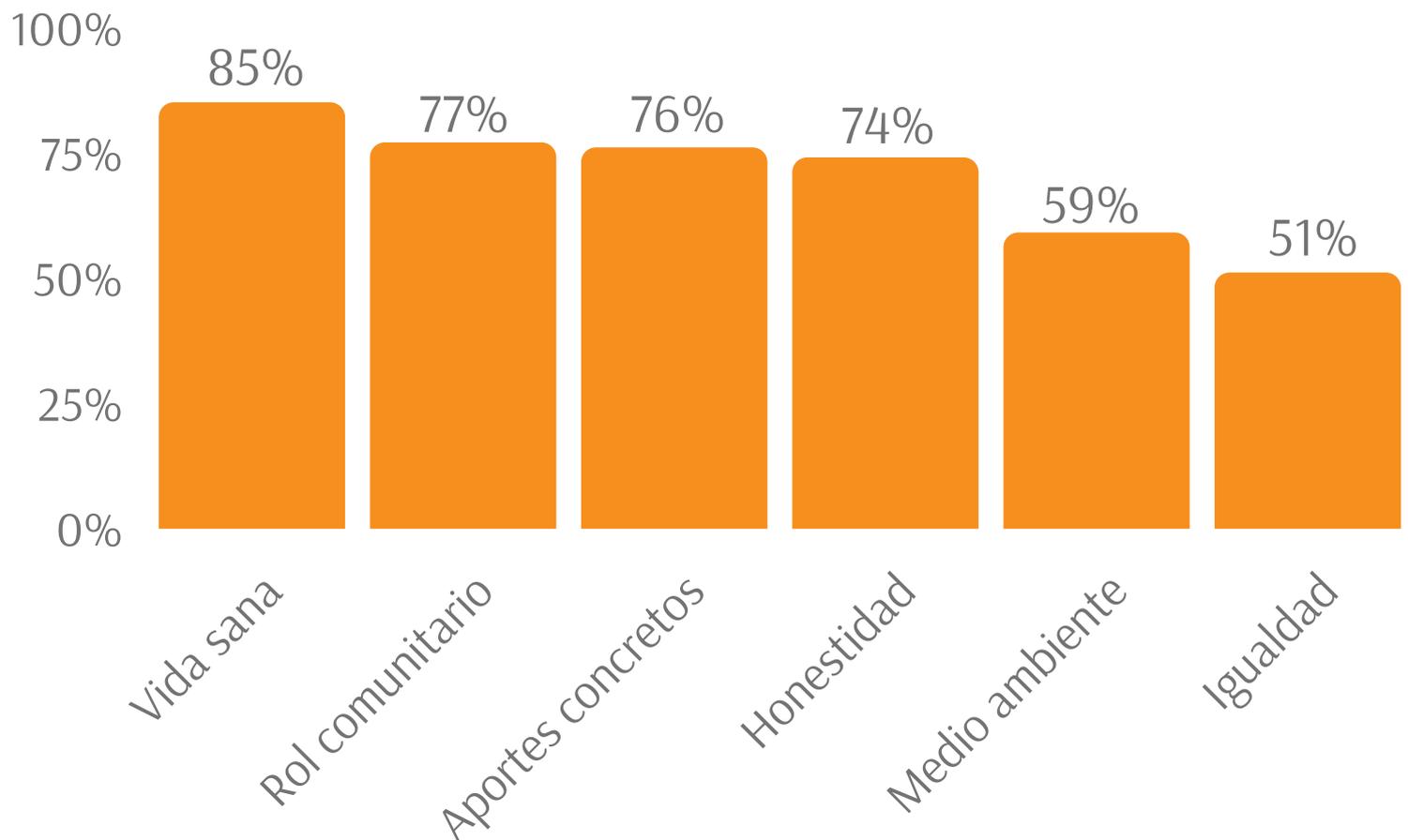
El consumidor ciudadano es el motor - **El consumidor y el ciudadano se encuentran en una misma persona creando al consumidor consciente.** El futuro de las marcas está marcado por la evolución del consumidor que hoy en día tiene otras necesidades, actitudes y comportamientos hacia éstas.





# RANKING DE DIMENSIONES

Existen seis actitudes que **caracterizan y distinguen** al consumidor ciudadano en su relación y expectativas frente a las empresas y sus marcas:



\*Datos aproximados a la unidad porcentual más cercana

**La vida sana:** Más de 8 de cada 10 colombianos (85%) creen que promover una **vida sana es problema de todos, así no esté relacionado con el producto o servicio**

**El rol comunitario** de las marcas es fundamental para el consumidor ciudadano que exige que se comprometan con **el bienestar de la comunidad más allá de vender su producto o servicio.**



# DIMENSIONES EN DETALLE

## Promover una vida sana es problema de todos

Todas las marcas deberían promover la vida saludable para aportar bienestar de la comunidad aunque esto no esté directamente relacionado con su producto



## Las marcas tienen un rol comunitario

Las marcas deben comprometerse con el bienestar de la comunidad y los objetivos del país, más allá de vender su producto o servicio



## Demandan a las marcas aportes concretos

Habla muy bien de una marca que hace aportes concretos a la cultura y el deporte en el país



\*Datos aproximados a la unidad porcentual más cercana



# DIMENSIONES EN DETALLE

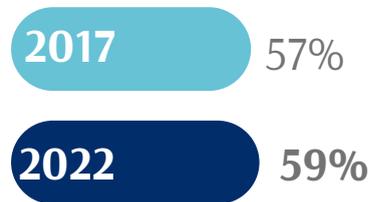
## Premian la honestidad

*Me importa mucho que la marca sea honesta y transparente con sus productos y que me cuente los detalles de él*



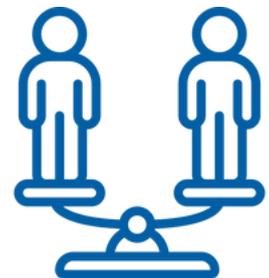
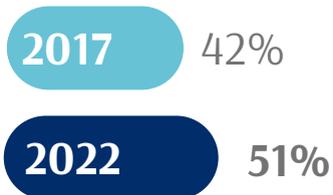
## Proteger el medio ambiente

*Estoy dispuesto a pagar más por una marca que protege el medio ambiente*



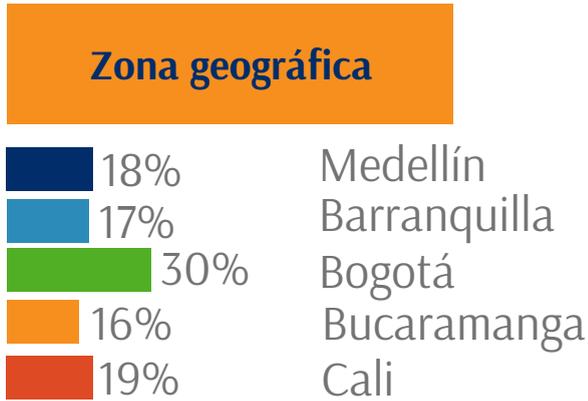
## Igualdad

*Me gusta que las marcas tengan una postura pública frente a temas como la igualdad de derechos de la mujer o los derechos de las minorías*

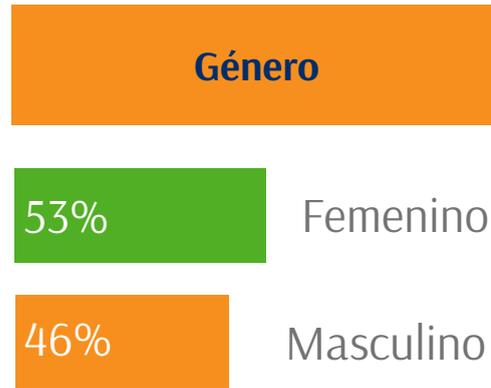


\*Datos aproximados a la unidad porcentual más cercana

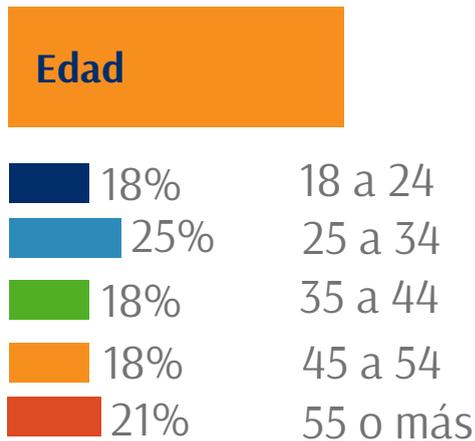
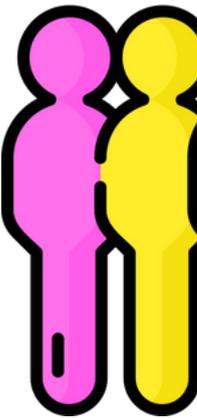
# PERFIL DEL CONSUMIDOR CIUDADANO



**3** de cada **10** consumidores ciudadanos se encuentran ubicados en Bogotá.



Las mujeres son en mayor medida consumidoras ciudadanas.



Entre **25** y **35** años se encuentran la mayoría de consumidores ciudadanos (25%).



**3** es el NSE de la mayor cantidad de consumidores ciudadanos en el país.

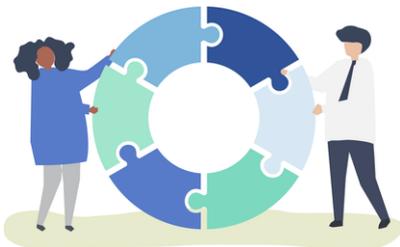


\*Datos aproximados a la unidad porcentual más cercana

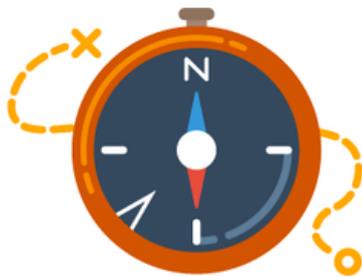
# IMPLICACIONES EMPRESARIALES



Se requiere una revisión holística de la postura de la marca frente a los cambios y al nuevo entorno que trae el consumidor ciudadano. ¿Cómo puede mi empresa/marca aportar al cambio?



Entender en profundidad qué espera el consumidor particularmente de mi categoría y su magnitud



Se necesita valentía y decisión para adaptarse y cambiar el rumbo



Se hace necesaria una evaluación interna de cada dimensión y de cómo se pueden accionar las estrategias en pro de afinidad con el consumidor ciudadano

# PMI-DAVIVIENDA



## El sector de la manufactura en Colombia

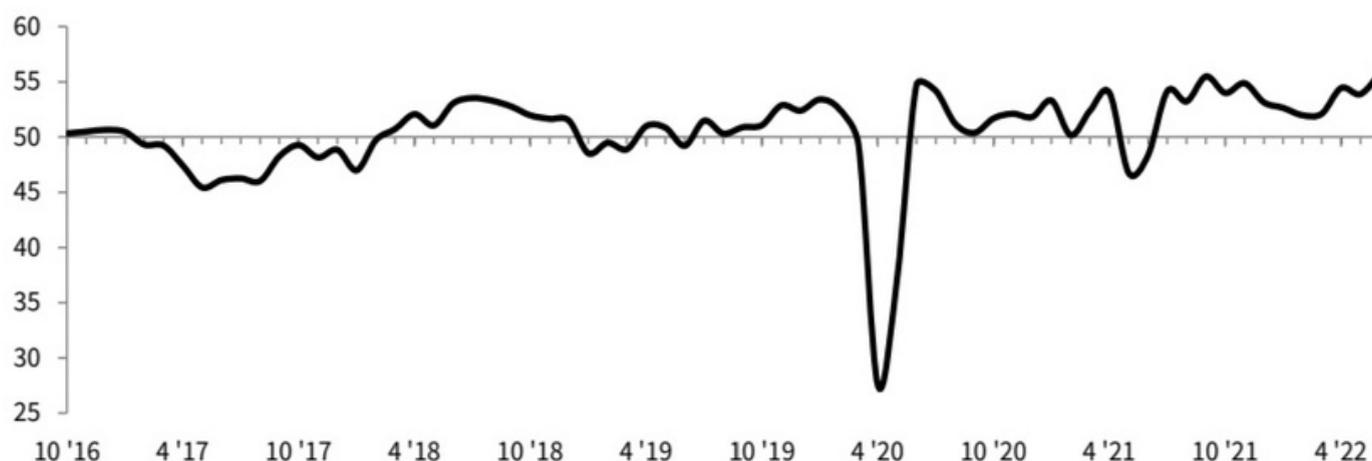
**EL SÓLIDO REPUNTE DEL  
CRECIMIENTO DE LAS VENTAS SE  
TRADUJO EN UNA CIFRA RÉCORD  
DE CREACIÓN DE PUESTOS DE  
TRABAJO**



## Principales conclusiones

- Los pedidos de fábrica y la producción aumentaron a un ritmo más acelerado
- El empleo y los inventarios de insumos se ampliaron a un ritmo sin precedentes
- Las tasas de inflación se moderaron en junio.

*c.v.e., >50=mejora desde el mes anterior*



Para más información consulte en: <https://www.davivienda.com/wps/portal/estudios-economicos/estudios-economicos/coyuntura/davivienda-PMI/>



---

Contáctenos  
www.yanhaas.com  
☎ (1) 7432848  
sandra.triana@yanhaas.com

## YHPOLL N°203

### *Consumidor ciudadano*

