

2022

[Haz Clic Aquí](#)



YANHAAS No.204 POLL

Julio 2022

VIVIR SABROSO: ¿DÓNDE?

Las ciudades en Colombia
con mayor y menor
satisfacción con su vida

REDES SOCIALES Y LAS MARCAS

¿Qué tanto se comunican
los consumidores con las
marcas por redes?

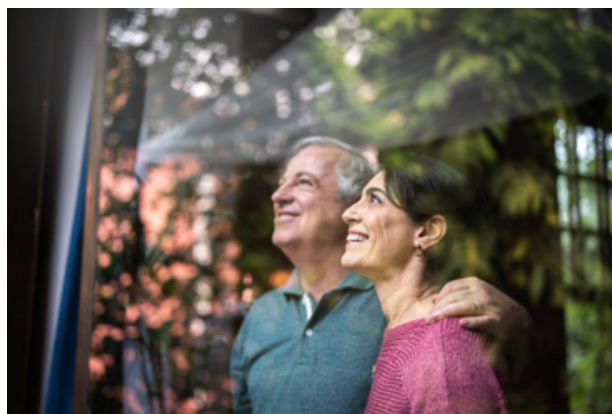
LA CONFIANZA EN LAS MARCAS

¿Qué tanto confían los
consumidores en las
marcas?

LO QUE SEPARA A LAS EDADES

lo que opinan las
generaciones frente a
temas actuales

VIVIR SABROSO: ¿DÓNDE?



Medellín es la ciudad con el mayor nivel de satisfacción

¿Con qué nota evaluaría su nivel de satisfacción con...?.

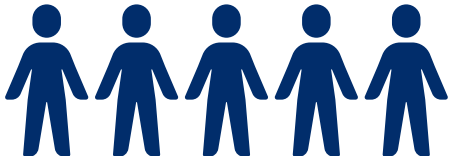
	En la vida en general	Mayor satisfacción	Menor satisfacción
 MEDELLÍN	61%	61% Trabajo	41% Centros de salud
 BUCARAMANGA	50%	58% Trabajo	20% Seguridad de los barrios
 CALI	47%	58% Educación	25% Seguridad de los barrios
 BOGOTÁ	44%	59% Educación	18% Seguridad de los barrios
 BARRANQUILLA	42%	56% Educación	23% Seguridad de los barrios

*Notas de 4 y 5

REDES SOCIALES Y LAS MARCAS



Se comunican con las marcas por redes

52% 

consumidores se ha comunicado **alguna vez** con una marca a través de redes sociales.

30% 

consumidores se ha comunicado en el **último mes** con una marca a través de redes sociales.

Usan las redes para criticar a las marcas



3 de cada 10

consumidores ha criticado en redes sociales a una marca alguna vez

5 de cada 10

consumidores ha dejado de comprar alguna marca por no ser sostenible o amigable con el medio ambiente



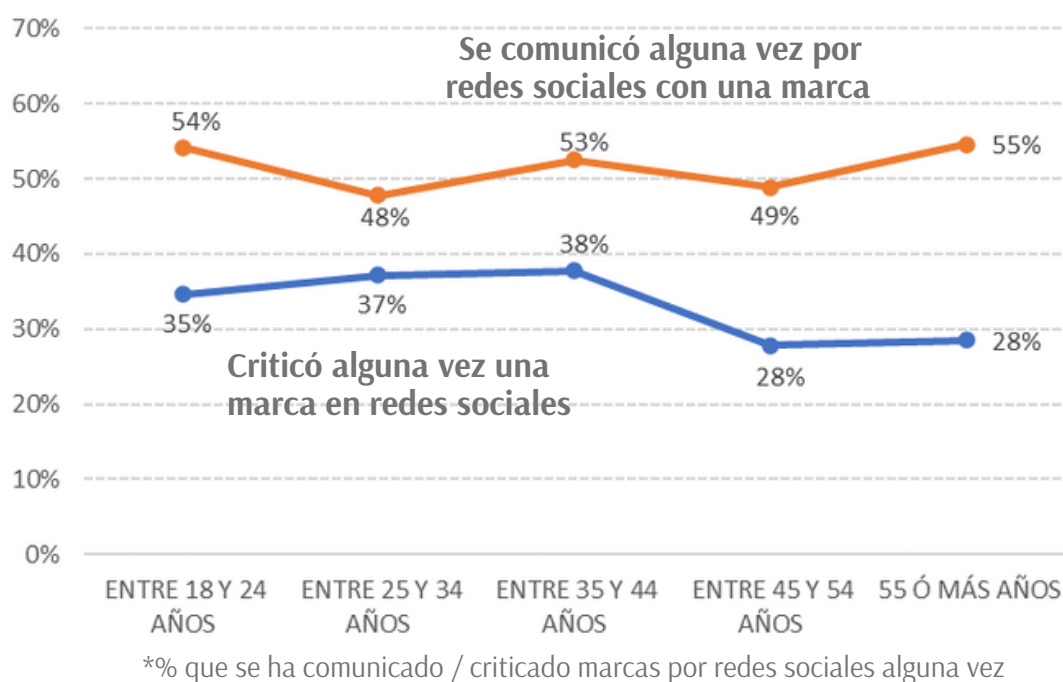
REDES SOCIALES Y LAS MARCAS



Diferencias entre edades

Comunicarse con las marcas a través de redes sociales es un fenómeno común a todas las edades. Por su parte, criticarlas se concentra en los menores de 44 años.

Comunicarse con las marcas por redes es común a todas las edades



54%

de los consumidores ha dejado de comprar alguna marca porque no está de acuerdo con alguna de sus acciones o sus valores.



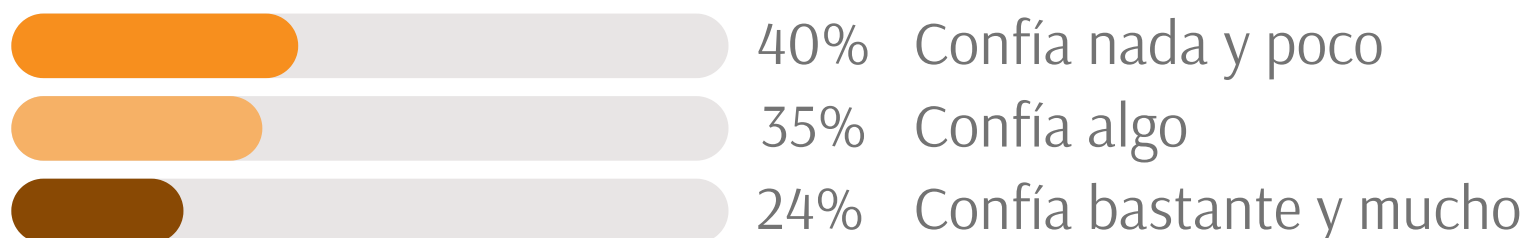
*Datos aproximados a la unidad porcentual más cercana



CONFIANZA EN LAS MARCAS

Resultados generales

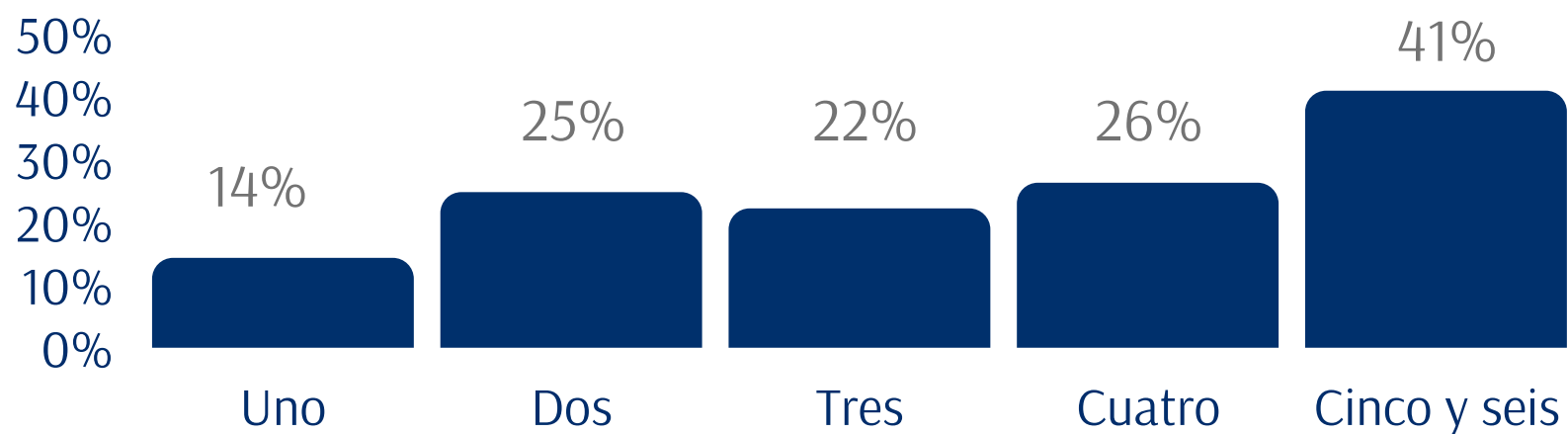
Cuatro de cada diez consumidores no confía o confía poco en las marcas



*Datos aproximados a la unidad porcentual más cercana

Por nivel socioeconómico (estrato)

En los estratos más bajos se confía menos en las marcas.



Porcentajes de confianza o mucha confianza en las marcas por estrato

*Datos aproximados a la unidad porcentual más cercana

LO QUE SEPARA A LAS EDADES



Encontramos opiniones diferentes entre jóvenes y adultos sobre temas de actualidad: (% que está de acuerdo o muy de acuerdo con...)

		Jóvenes	Adultos
Las parejas homosexuales deberían tener derecho a casarse		63%	45%
La legalización del consumo de marihuana para los mayores de 18 años		38%	18%
El derecho de una mujer a hacerse un aborto antes de la semana 24 de gestación		32%	16%
El matrimonio es un compromiso para toda la vida		64%	63%

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

YHPOLL N°204

