

## Estudian los hábitos de consumo de los “millennials” en el país

La Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), a través de su Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), ha realizado un estudio en el que ahonda sobre los hábitos de consumo de la generación del milenio o “millennials”

Laopinionpublica.com 30

# Economía

INDICES ECONÓMICOS

PRECIOS DEL CAFE			
MONEDA	UNIDAD	PRECIO	UNIDAD
ESTADOS UNIDOS	LIBRO	1.25	LIBRO
ESTADOS UNIDOS	LIBRO	1.25	LIBRO
ESTADOS UNIDOS	LIBRO	1.25	LIBRO
ESTADOS UNIDOS	LIBRO	1.25	LIBRO
ESTADOS UNIDOS	LIBRO	1.25	LIBRO
ESTADOS UNIDOS	LIBRO	1.25	LIBRO

**Rosa María Puerto**  
[rosamaria@laopinionpublica.com](mailto:rosamaria@laopinionpublica.com)

## Estudian los hábitos de consumo de los “millennials” en el país

La Universidad Tecnológica anunció que la investigación para la octava edición del Top Brand Award se enfoca en este grupo.

**L**a Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), a través de su Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), ha elaborado un estudio en el que ahonda sobre los hábitos de consumo de la generación del milenio o “millennials”.

Este es el grupo de personas que tienen en la actualidad entre los 25 años de edad, y el que el director del CIOPS, Francisco Depina, definió como “una generación nativa de la tecnología”.

El estudio ha permitido profundizar en aspectos como el sociodemográfico, consumo de tecnologías y un perfil de hábitos de consumo de este segmento poblacional, a diferencia de otros segmentos anteriores, en las que se suele recurrir a los “baby boomers” (nacidos entre 1946 y 1964) o a la Generación X (nacidos entre los años sesenta y principios de los ochenta).

Entre los hallazgos que mencionó Depina están que esta generación prefiere las tecnologías móviles, así como las compras por internet, así como canales y puntos de venta virtuales de las marcas.

El investigador otro de los hallazgos, además, es que esta generación del Top Brand Award 2016 (TBA), el galardón que instituye UTEC para reconocer a las marcas preferidas por los salvadoreños. UTEC menciona el estudio de consumo al entorno de las marcas y de los equipos que trabajan en su promoción.

“Es una generación que impulsa muchos de las innovaciones, las tecnologías de la información y comunicación, y es muy influyente en la vida productiva de cualquier sector”, dijo Depina sobre la relevancia que ha ganado este segmento de la población.

Los hallazgos que usará la UTEC para determinar las mar-

Nuestra tierra ahora cuenta con TU BANCO

BANCO CUSCATLAN

FINANCIANDO TU FUTURO

