

COMUNICADO DE PRENSA

UTEC ANUNCIA TOP BRAND AWARD MILLENNIALS EDITION

La Universidad Tecnológica de El Salvador anunció la realización de la 8ª edición del *Utec Top Brand Award*, premiación en la que se reconoce a las marcas mejor calificadas y preferidas por los consumidores salvadoreños, con base en los resultados de una encuesta realizada por su Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña, Ciops.

La investigación de este año estudió a un total de 407 marcas participantes y tiene un nivel de confianza del 95%, evaluó once áreas, que incluyen 36 categorías de las cuales seis son nuevas: camisas de vestir para hombres, jabón de lavar ropa, tiendas de repuestos, zapatos de mujer, tiendas de tecnología y *smartphones*.

Este año el estudio, al igual que en los años anteriores, recolectó información con la que se puede determinar el perfil sociodemográfico, el perfil tecnológico y los hábitos de consumo de los participantes, pero con la innovación de que la muestra fue exclusivamente a personas de la generación del milenio; las marcas ganadoras se establecen tomando como referencia tres indicadores clave: *Top of mind*, *Market share* e *Intención de compra futura*. En esta edición se obtuvieron insumos que permiten identificar la palabra con la que asocian cada una de las marcas, la razón principal de compra y la marca sustituta preferida por los participantes de la muestra.

Francisco Armando Zepeda, director ejecutivo del Ciops, explicó que este grupo “está marcando la pauta, el rumbo tecnológico que llevan las sociedades, los usuarios, y la Universidad Tecnológica en esta edición ha querido profundizar un

poco en la temática de los millennials, y dedicarle esta edición desde la investigación y toda la proyección que tiene esta generación”.

La muestra utilizada para la investigación fue de 1,200 personas con un perfil sociodemográfico que los ubica en clase media, media alta y media baja y que viven en los municipios del área metropolitana de San Salvador, Sonsonate, Santa Ana y San Miguel.

Para definir a los ganadores en cada categoría se asigna una ponderación a cada una de las tres áreas evaluadas; la marca ganadora es aquella que gana al menos dos de los tres áreas evaluadas. En caso de existir una marca ganadora diferente en cada una de las tres áreas evaluadas, el ganador será el que tenga mayor puntaje total.

Según Zepeda, la importancia de esta investigación radica en la oportunidad de que la población envíe un mensaje a las marcas donde indican que recuerdan la marca, la consumen y planean seguir consumiéndola.

Los resultados de la investigación se darán a conocer el próximo martes 29 de noviembre, a las 7:30 a.m., en el hotel Crowne Plaza en San Salvador.

San Salvador, 22 de noviembre de 2016.