



## Consumo: buscan determinar qué factores influyen en la elección de las marcas blancas

Agencia UNCIencia <unciencia@pci.unc.edu.ar>  
Responder a: Agencia UNCIencia <unciencia@pci.unc.edu.ar>  
Para: noticias@eco.unc.edu.ar

21 de octubre de 2020, 10:31



Agencia Universitaria de Comunicación de la Ciencia, el Arte y la Tecnología

## Consumo: buscan determinar qué factores influyen en la elección de las marcas blancas

La afirmación surge del análisis realizado por un equipo de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC. Debido a la falta de capacidad explicativa de variables demográficas y socioeconómicas del marketing tradicional, recurrieron a factores relacionados con el comportamiento de compra y la percepción de las marcas de distribuidor, es decir, marcas blancas,

de imitación o las “premiun” propias de las grandes superficies comerciales. El objetivo fue determinar qué evalúan los compradores al tomar la decisión de adquirirlas. Y concluyeron que en los hipermercados de la ciudad de Córdoba, priorizan el precio, la calidad y la forma de exposición en el punto de venta. Para las marcas, ya no es posible fidelizar a un consumidor por tiempo indeterminado.

LEER EL ARTÍCULO



**UNCiencia** es una iniciativa de la Prosecretaría de Comunicación Institucional

Universidad Nacional de Córdoba

Correo electrónico: [unciencia@pci.unc.edu.ar](mailto:unciencia@pci.unc.edu.ar)

Teléfono: (0351) 5353730



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



Prosecretaría  
de Comunicación  
Institucional