



INCLUIR A LOS REFUGIADOS BENEFICIA A SU MARCA

Un análisis de las percepciones de consumidores colombianos

Metodología

En 2019, Qualtrics encuestó a 3,135 consumidores en Colombia de 18 años en adelante. Se le preguntó a estos consumidores si estarían más o menos dispuestos a comprar productos de marcas que se habían comprometido a apoyar a refugiados en Colombia.

Colombia ha acogido a casi 2 millones de refugiados venezolanos

- Más de 5 millones de personas han huido de Venezuela en los últimos años
- La crisis venezolana no muestra signos de disminuir; pero aún si se resuelve mañana, cientos de miles de personas continuarán desplazados en Colombia durante los próximos años
- Los refugiados venezolanos son predominantemente jóvenes, de educación moderada a alta y están bien posicionados para llenar los vacíos en el mercado laboral colombiano

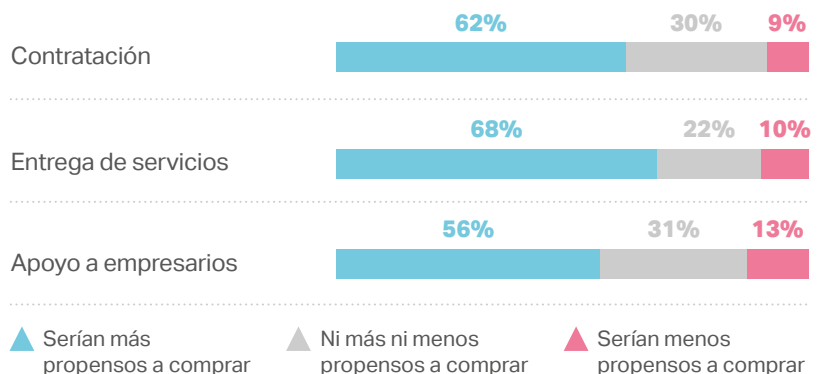


RESULTADOS CLAVE

01.

En general, es más probable que los consumidores colombianos compren productos de marcas que apoyen a los venezolanos de varias maneras –desde la contratación de venezolanos en Colombia hasta el apoyo a empresarios venezolanos.

Respuesta del consumidor por tipo de compromiso de la empresa

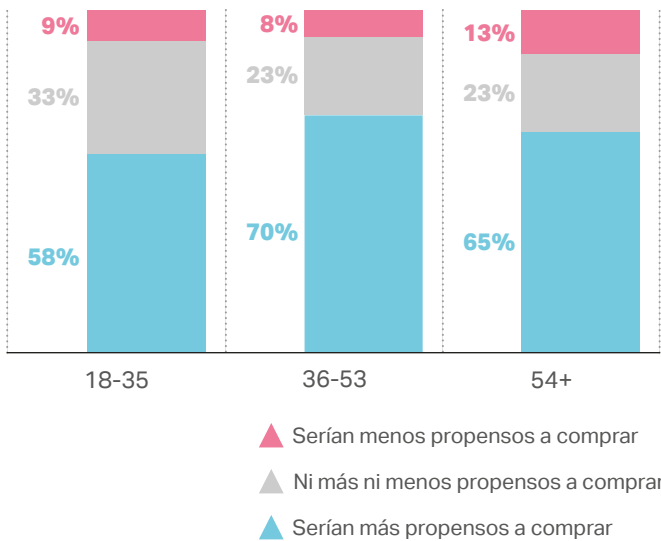


RESULTADOS CLAVE

02.

Para todos los grupos de edad, los consumidores colombianos tienen más probabilidades de comprar productos de marcas que apoyen a refugiados venezolanos, pero los consumidores de 35 años en adelante son especialmente propensos a hacerlo.

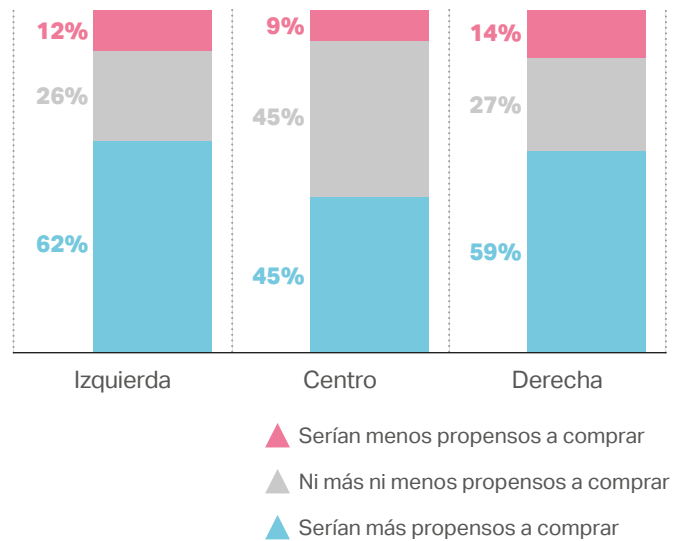
Respuesta de los consumidores por grupos de edad a la contratación de refugiados venezolanos



03.

La afiliación política no es un factor significativo en la respuesta del consumidor: en todo el espectro político, las personas son más propensas a comprar productos de marcas que apoyen a los venezolanos.

Respuesta de los consumidores por afiliación política a la contratación de refugiados venezolanos



Tent puede compartir este conjunto de datos de percepciones del consumidor colombiano tanto con empresas afiliadas a Tent, como con otras empresas que están explorando cómo pueden apoyar a los refugiados. Para obtener más información, comuníquese con info@tent.org.

Aproveche de una consultoría gratuita de comunicaciones corporativas de Tent

Habiendo trabajado con empresas en Colombia y a través de América Latina ayudándoles a comunicar sus compromisos en apoyo a los refugiados, Tent está listo para guiarlo a lo largo de este proceso. Para recibir nuestros Principios de Comunicación u obtener estrategias de comunicación personalizados, comuníquese con media@tent.org.

Sobre la Tent Partnership for Refugees

Con cada vez más refugiados desplazados durante largos períodos de tiempo, las empresas tienen un papel fundamental para ayudar a que los refugiados se integren económicamente en sus nuevas comunidades. La Tent Partnership for Refugees fue fundada en 2016 por Hamdi Ulukaya, fundador y CEO de Chobani (gigante estadounidense del sector alimentario) para movilizar a la comunidad empresarial mundial y mejorar la vida y el sustento de los 30 millones de refugiados que han sido desplazados a la fuerza de sus países de origen. Hoy en día somos una red de más de 140 empresas multinacionales comprometidas con incluir a los refugiados. Tent cree que la forma más sostenible para que las empresas apoyen a los refugiados es aprovechando sus actividades de negocio, considerando a los refugiados como empleados, emprendedores y clientes. La lista de miembros de Tent está disponible [aquí](#). Descubre más en www.tent.org.