



# Conozca el listado de marcas colombianas que enamoran a los colombianos



La Nota Económica

Categoría: **Tendencias**

septiembre 16, 2023 11:30 am



Según el listado del Brand Asset Valuator (BAV), el 40% de las primeras 100 marcas preferidas por los colombianos son de origen nacional.

En el mes del amor y la amistad el más reciente análisis del Brand Asset Valuator

En el mes de enero y la última en más reciente análisis del Brand Asset Valuator (BAV), el estudio de marcas más grande del mundo, reveló las marcas nacionales preferidas por los colombianos. Basándose en la última información recopilada y liderada por VMLY&R ha sido posible desarrollar un retrato claro de las marcas más queridas por los colombianos.

En este listado, sobresalen las marcas con mayor nivel de preferencia hacia los consumidores, analizando algunos atributos tales como: si la marca es activa, divertida, creativa, atrevida, energética, si se preocupa por el cliente, por su nivel de responsabilidad social empresarial percibida, si vale la pena pagar por ella, si es encantadora y si da grandes resultados, entre otros. Adicionalmente, el estudio se caracteriza por evaluar cuatro indicadores analizados: diferenciación, relevancia, estima y familiaridad. Mientras que los primeros dos construyen la fortaleza de la marca hacia el futuro, los últimos ayudan a entender la confianza y reputación que se tienen de la misma. En este sentido, las marcas líderes son aquellas que tienen los cuatro pilares sólidamente constituidos.

Dicho esto, es clave destacar que los datos presentados a continuación han sido recopilados a lo largo de un período de dos años, siendo 2023 la última medición. Asimismo, esta información ha sido obtenida a través de encuestas realizadas a una muestra representativa de más de 14000 colombianos, lo que garantiza una perspectiva integral y precisa de las preferencias y conexiones con las marcas en el país.

### **TOP 10 de marcas colombianas preferidas por los colombianos:**

1. SENA
2. Alpina
3. Ramo
4. D1
5. Colombina

6. Noel
7. Chocoramo
8. Tutto
9. Bancolombia
10. Arturo Calle

Dentro de las 10 marcas colombianas preferidas por los colombianos, encontramos una mezcla diversa que abarca desde la educación, hasta la moda y las finanzas. Pero ¿qué tienen en particular estas marcas que encabezan el corazón de los colombianos? Sobre esto Julián Pulido, director de BAV en VMLY&R Colombia señala que "este listado proporciona una confirmación indiscutible del arraigo en la cultura que estas marcas han logrado. Tener un lugar especial en el corazón de los colombianos, ya sea a través de la educación, el ahorro, la moda o la responsabilidad social, habla de las relaciones significativas y duraderas con la población, traducido en la cercanía y los momentos en los que millones de colombianos han recurrido a ellas. Por esto no es raro que se consoliden como líderes en el panorama colombiano".

En efecto, en un país donde las preferencias y conexiones con las marcas juegan un papel significativo en la cultura del consumo, la consolidación de estas marcas no ha sido tarea fácil. Por esta razón, VMLY&R comparte los siguientes puntos clave en forma de análisis para comprender por qué estas marcas han logrado penetrar el corazón de miles de colombianos:

- El arraigo por lo local: A pesar de la gran oferta de marcas internacionales y globales que encabezan la lista de las 100 mejores evaluadas, el 40% de las marcas más queridas son nacionales, lo que demuestra la fortaleza de nuestra industria y nuestra capacidad para crear marcas poderosas. Este fenómeno no solo habla de una conexión emocional con marcas de origen nacional, sino también de una

identidad compartida y un respaldo a las empresas locales como parte del tejido social y económico del país.

- El valor de la educación: El SENA sobresale como la marca colombiana preferida, que se mantiene en primer lugar desde la pandemia, periodo en el que se posicionó como número uno. Este hecho refleja un respeto y valoración profunda por la educación y el impacto positivo que tiene en la sociedad. La consistente preferencia por el SENA puede interpretarse como un indicador de la importancia que se le atribuye a la formación y al desarrollo profesional en Colombia, incluso en consumidores que no han hecho uso directo de la marca; una variable que tomó relevancia en los tiempos de cuarentena y que se mantiene hoy.
- La revolución del ahorro y la experiencia de compra: El análisis se profundiza al observar las marcas que los colombianos más utilizan en su día a día. Por tal razón, D1, la cadena de hard discount, se posiciona como una de las marcas más utilizada por los colombianos en su cotidianidad. Su rápido ascenso en el ranking y su posición como líder en el ámbito del retail demuestran la efectividad de su estrategia centrada en el ahorro y la conveniencia. El acceso a múltiples sedes en diferentes sectores de cada ciudad, sumado a la buena calidad de sus productos, crea una experiencia de compra que responde a las necesidades y expectativas de los consumidores modernos.
- Responsabilidad social empresarial en el enfoque del consumidor: El análisis también revela un cambio en la percepción de la responsabilidad social empresarial (RSE) por parte de los colombianos. Marcas como SENA, Servientrega, **Ecopetrol**, Bancolombia y Éxito, al comunicar su compromiso con la sostenibilidad y la RSE, han logrado una conexión más profunda con los consumidores preocupados por el impacto social y ambiental de las empresas. Esto sugiere

que, en un contexto de creciente conciencia sobre temas socioambientales, las marcas que incorporan valores sostenibles en su identidad pueden ganar un lugar en los corazones y las mentes de los consumidores.

En última instancia, este análisis revela la conexión entre preferencias personales y factores culturales, económicos y sociales en la relación entre los consumidores y las marcas en Colombia. La preferencia por marcas colombianas, la importancia otorgada a la educación y la responsabilidad social, así como la conveniencia y el ahorro en la experiencia de compra, son solo algunos aspectos que configuran la compleja red de conexiones entre los ciudadanos y las marcas que eligen. Asimismo, estos insights no solo son cruciales para las estrategias de marketing y comunicación de las marcas, sino también para la comprensión más profunda de la sociedad colombiana en su conjunto.

**compensar**  
45 años

**Conecta, aprende y comparte**  
Conferencia y panel:

**LA VOZ DEL CONSUMIDOR** | 20 23 | 20 24

Miércoles 20 de septiembre | 7:30 a 11:30 a. m. | Sede Av. 68

**Entrada libre**

ADO SuperSubsidio



No hay comentarios



---

## Conozca el listado de marcas colombianas que enamoran a los colombianos



Según el listado del Brand Asset Valuator (BAV), el 40% de las primeras 100 marcas preferidas por los colombianos son...

**SEGUIR LEYENDO**

---

## 6 consejos financieros para aplicar en pareja



Según resuelve tu deuda una mala planificación financiera impide a las parejas concretar sus objetivos a largo plazo. Una de...

**SEGUIR LEYENDO**

---

**EMPROPAZ, programa de Bancamía en alianza con USAID, es finalista del P3 Impact Award, premio internacional que reconoce iniciativas mundiales con impacto en problemáticas sociales y económicas**





La Oficina de Asociaciones Globales del Departamento de Estado de EE.UU., Concordia y el Instituto para los Negocios de la...

**SEGUIR LEYENDO**

---

## **Puntaje de crédito, conozca qué es y como aporta en el acceso al crédito de los colombianos**



El puntaje de crédito es un resultado numérico que parte de un análisis del comportamiento pasado de una persona frente...

SEGUIR LEYENDO

---

## El programa Mujer con M de Monet ha entregado más de 205 mil créditos a mujeres colombianas



El 52,4% de los créditos que ha entregado Monet durante los dos años de operación en el país han sido...

SEGUIR LEYENDO

---

## Cinco empresarios latinoamericanos respaldan como inversores el relanzamiento del Instituto de Estudios del Atlántico



El Consejo Consultivo de la institución reúne a diez ex presidentes de Iberoamérica y al Premio Nobel Mario Vargas Llosa....

**SEGUIR LEYENDO**

---

## **CEO de Cryptomarket: “América Latina está generando regulaciones bastante interesantes para el ecosistema fintech”**



La abogada y doctora en Business Management, la chilena María Fernanda Juppnet, afirma que las fintech debieran ser capaces en

**SEGUIR LEYENDO**

---

## Experto de TCS, responde con recomendaciones para no caer en trampas de los hackers con uso de AI



En los últimos días hemos puesto en práctica la capacidad de la Inteligencia Artificial (AI por sus siglas en inglés)...

**SEGUIR LEYENDO**

---

## Diálogo de líderes aéreos: Air France y KLM abordan desafíos y oportunidades de la industria de la aviación en Colombia



En un esfuerzo por abordar los desafíos y oportunidades que enfrenta la industria de la aviación en el mundo y...

**SEGUIR LEYENDO**

## Productos la Nota

