

	EFE
	Miércoles, 16 de Julio de 2008
Sección: Economía	
Difusión: 600.000	

El 62,4% de las marcas consolidadas no se ven afectadas por la crisis

Madrid, 16 jul (EFECOM).- El 62,4 por ciento de las marcas consolidadas no se ven afectadas por la crisis, al mantenerse o incrementarse sus ventas durante el segundo trimestre del año, frente al 37,3 por ciento que reconoce haber sufrido una bajada de ventas, según un análisis de Oak Power Marketing Communication.

Por lo que se refiere a las marcas generalistas la crisis afecta al 51,2 por ciento de las empresas.

Las más perjudicadas por la crisis son las marcas financieras y de seguros, con una caída del 70%, seguidas de las de turismo y viajes (60%) y las del calzado (55%).

El análisis indica que, a pesar de la crisis, el 96% de los consumidores no ha dejado de comprar productos y servicios de marca y el 66% prefiere consumir menos, pero obtener productos que les ofrezcan mayor calidad.

"La fidelidad de los consumidores a las marcas en tiempos de crisis demuestra que la cultura de la marca ya ha calado en España, síntoma de un mercado desarrollado y maduro", explica María Asenjo, directiva de Oak Power.

El estudio se realizó sobre la evolución de ventas de 350 productos y servicios de marcas reconocidas y generalistas de once sectores en el segundo trimestre de este año. EFECOM emh/txr/mdo