



LAS PROVINCIAS (24/07/2008)

Los niños deciden sobre la mitad de los productos que les compran

REDACCIÓN ■ SAN VICENTE

La mitad de las compras de productos infantiles que realizan los adultos están sujetas a los deseos y preferencias de los menores, en detrimento de aquellos aspectos que los padres consideran más apropiados para sus hijos, según recoge un estudio de la Universidad de Alicante.

“Nuestros hijos deciden sobre la mitad de las compras que les hacemos”, han reiterado las autoras de este trabajo, Victoria Tur e Irene Ramos, quien consideran que los padres deben marcarse como tarea prioritaria formar a sus hijos como consumidores.

Marketing y niños, título del estudio, responde a cuestiones tan diversas como ¿Qué les gusta?, ¿qué les motiva o influye en sus decisiones?, ¿los niños compran cualquier cosa?, ¿es la televisión el único medio para alcanzar a los niños? o ¿dirigen las marcas la vida de los niños?

Buena prueba de ello, según las investigadoras, es que los niños españoles mueven un total de 900 millones de euros al año y ejercen su influencia en la compra familiar sobre un volumen de 6.000 euros al año.