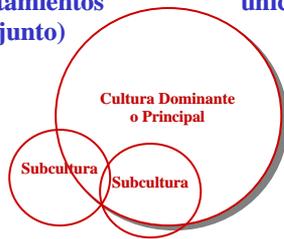


Cultura

- Conjunto de valores, percepciones, deseos y comportamientos básicos que un miembro de la sociedad aprende de su entorno (familia, etc.)

Subcultura

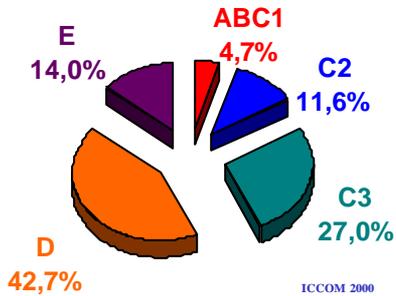
- Comparten comportamientos de cultura dominante, manteniendo comportamientos únicos (subconjunto)



Clase Social

- Clases
 - Alta
 - Media
 - Baja
- Características
 - Comportamientos Similares, Preferencias
 - Cambios de clase, diferenciación

Grupos Socio Económicos



Grupos Socio Económicos, ABC1, 4.7%

■ **Barrio:** Se ubican en los mejores sectores de la ciudad (exclusivos), generalmente homogéneos. Áreas verdes bien ornamentadas y cuidadas; mantención de calles limpias con pavimento en buen estado, veredas amplias. (La Dehesa, La Reina, Las Condes, Vitacura, Providencia)

Grupos Socio Económicos, ABC1, 4.7%

■ **Vivienda:** Viviendas amplias o departamentos en edificios de lujo, de construcción nueva, bonita apariencia, construcción de paredes sólidas y bien terminadas, rodeados de jardines, estacionamiento privado, citófono. Detalles de buen gusto en terminaciones.

Grupos Socio Económicos, ABC1, 4.7%

- **Educación Jefe de Hogar:** La mayoría son profesionales universitarios con carreras de prestigio.
- Posibles estudios de postgrado.
- Promedio años de estudio del jefe de hogar profesional: 17 a 20.

Grupos Socio Económicos, ABC1, 4.7%

- **Profesión Jefe de Hogar:** Médicos, Abogados, Ingenieros Civiles y Comerciales, Agrónomos, Arquitectos y otras profesiones generalmente universitarias.
- **Actividad Jefe de Hogar:** Presidentes, Gerentes Generales, Empresarios de Grandes y Medianas Empresas, Altos Ejecutivos, Profesionales liberales con cierto éxito.

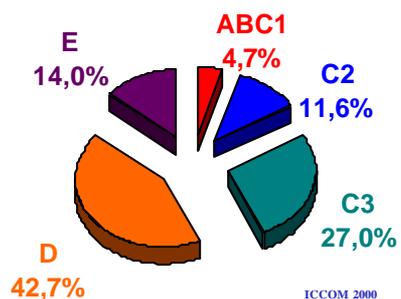
Grupos Socio Económicos, ABC1, 4.7%

- **Ingreso Familiar Mensual:**
 - Promedio : \$ 2.400.000
 - Mínimo : \$ 1.800.000
 - Máximo : \$ 7.500.000 o más

Grupos Socio Económicos, ABC1, 4.7%

■ Vehículo	95% (1.8 por hogar)
■ Teléfono	100%
■ Televisor Color	100%
■ Equipo de Video	92%
■ Refrigerador	100%
■ Lavadora	98%
■ Microondas	94%

Grupos Socio Económicos, C2, 11.6%



Grupos Socio Económicos, C2, 11.6%

■ **Barrio:** Se ubican alejados del centro de la ciudad, son sectores tradicionales o conjuntos de muchas viviendas nuevas. Calles limpias y cuidadas con pavimento en buen estado. Existe preocupación por el aseo y ornato. (Las Condes, Vitacura, Providencia, Maipú, La Reina, Ñuñoa, Macul, La Florida, Santiago.)

Grupos Socio Económicos, C2, 11.6%

- **Vivienda:** Conjuntos habitacionales, villas, bloques de departamentos. Viviendas de regular tamaño, bonita fachada, bien cuidada, sólida y bien terminada.

Grupos Socio Económicos, C2, 11.6%

- **Educación Jefe de Hogar:** Un grupo importante son Profesionales Universitarios con carreras de primer y segundo nivel de prestigio.
- Promedio años de estudio del jefe de hogar profesional: 14 a 17.

Grupos Socio Económicos, C2, 11.6%

- **Profesión Jefe de Hogar:** Ingenieros, Agrónomos, Arquitectos, Dentistas, Psicólogo, Sociólogo, Ingenieros de Ejecución, Contadores Auditores.
- **Actividad Jefe de Hogar:** Empresarios de Pequeñas Empresas, Profesionales liberales jóvenes, Ejecutivos de Nivel Medio: Subgerentes, Jefes de Departamento, Jefes de Venta, Vendedores de cierto nivel. Generalmente dependientes.

Grupos Socio Económicos, C2, 11.6%

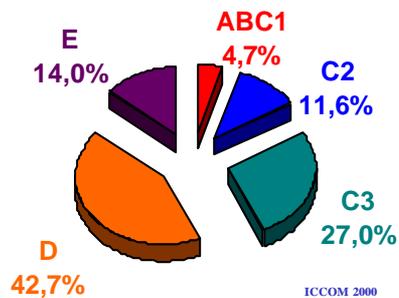
■ Ingreso Familiar Mensual:

- Promedio : \$ 880.000
- Mínimo : \$ 670.000
- Máximo : \$ 1.800.000

Grupos Socio Económicos, C2, 11.6%

- Vehículo 80% (1.4 por hogar)
- Teléfono 95%
- Televisor Color 98%
- Equipo de Video 80%
- Refrigerador 99%
- Lavadora 95%
- Microondas 85%

Grupos Socio Económicos, C3, 27%



Grupos Socio Económicos, C3, 27%

- **Barrio:** Sectores antiguos de la ciudad, populares y relativamente modestos, mezclados con C2 y en otros con D; poblaciones de alta densidad. Calles medianamente limpias césped en forma irregular, escasa ornamentación. Poca preocupación en progreso en general.
(Independencia, Peñalolén, San Joaquín, Santiago, La Florida, Maipú)

Grupos Socio Económicos, C3, 27%

- **Vivienda:** Casa de material sólido. Si es una construcción moderna, el tamaño varía de mediana a pequeña y generalmente son pareadas. La fachada o la pintura están medianamente mantenidas, con algunos deterioros. Se observa, en general, pocos cuidados.

Grupos Socio Económicos, C3, 27%

- **Educación Jefe de Hogar:** La mayoría son personas sin estudios de nivel superior, pero hay un grupo importante que es profesional universitario (profesores), o de institutos profesionales o centros de formación técnica.
- Promedio años de estudio del jefe de hogar: 10 a 14.

Grupos Socio Económicos, C3, 27%

■ **Profesión Jefe de Hogar:** Profesores, Ingenieros de Ejecución, Técnicos, Analistas, Programadores, Contadores.

■ **Actividad Jefe de Hogar:** Comerciantes pequeños, Profesores de Colegio, Empleados Administrativos, Vendedores de Comercio, Obreros Especializados y otras actividades similares.

Grupos Socio Económicos, C3, 27%

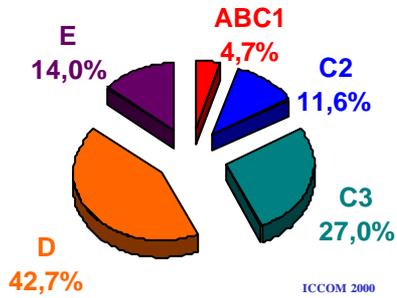
■ **Ingreso Familiar Mensual:**

- Promedio : \$ 540.000
- Mínimo : \$ 440.000
- Máximo : \$ 670.000

Grupos Socio Económicos, C3, 27%

- Vehículo 45% (1.2 por hogar)
- Teléfono 88%
- Televisor Color 97%
- Equipo de Video 62%
- Refrigerador 97%
- Lavadora 92%
- Microondas 51%

Grupos Socio Económicos, D, 42.7%



Grupos Socio Económicos, D, 42.7%

■ **Barrio:** Grandes poblaciones antiguas, en sectores viejos de Santiago, de tipo popular y gran densidad de población. Calles de veredas estrechas con pavimento en regular estado, medianamente limpias, sin áreas verdes, escasos árboles. (Cerro Navia, Recoleta, Conchalí, El Bosque, Pedro A. Cerda.)

Grupos Socio Económicos, D, 42.7%

■ **Vivienda:** Construcción pequeña tipo económica, de material ligero con ampliaciones y agregados. Si es sólida, carece de terminaciones o se encuentra relativamente deteriorada.

Grupos Socio Económicos, D, 42.7%

- **Educación Jefe de Hogar:** La mayoría son personas con estudios básicos o medios incompletos. Hay un grupo, cada vez más importante, con estudios medios completos.
- **Promedio años estudio del jefe de hogar:** 6 a 10.

Grupos Socio Económicos, D, 42.7%

- **Profesión Jefe de Hogar:** Sin profesión.
- **Actividad Jefe de Hogar:** Obreros en general, empleados de nivel bajo (junior), empleadas domésticas, lavanderas, costureras, jardineros, camareras, dependientes de comercio menor.

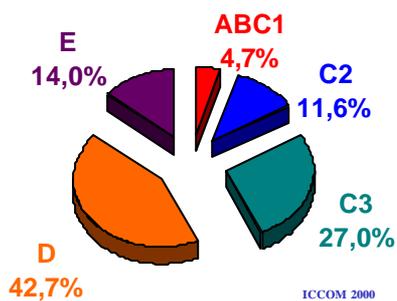
Grupos Socio Económicos, D, 42.7%

- **Ingreso Familiar Mensual:**
 - Promedio : \$ 320.000
 - Mínimo : \$ 245.000
 - Máximo : \$ 440.000

Grupos Socio Económicos, D, 42.7%

■ Vehículo	15% (1.0 por hogar)
■ Teléfono	74%
■ Televisor Color	90%
■ Equipo de Video	30%
■ Refrigerador	92%
■ Lavadora	88%
■ Microondas	19%

Grupos Socio Económicos, E, 14%



Grupos Socio Económicos, E, 14%

■ **Barrio:** Sectores muy populares, pobres y peligrosos. Calles sin pavimentar con veredas en regular estado, estrechas si las hay. Sin áreas verdes. Poca urbanización. (La Pintana, Huechuraba, Renca, Lo Espejo)

Grupos Socio Económicos, E, 14%

- **Vivienda:** Viviendas de material ligero, pequeña, en malas condiciones, descuidada. Una o dos habitaciones que funcionan como comedor, cocina y dormitorio. Generalmente en un mismo lugar se agrupan varias familias.

Grupos Socio Económicos, E, 14%

- **Educación Jefe de Hogar:** La mayoría son personas con estudios básicos incompletos.
- **Promedio años de estudio del jefe de hogar:** Menos de 5.

Grupos Socio Económicos, E, 14%

- **Profesión Jefe de Hogar:** Sin profesión.
- **Actividad Jefe de Hogar:** Trabajos ocasionales, trabajos de aseo, lavadores de autos, etc.

Grupos Socio Económicos, E, 14%

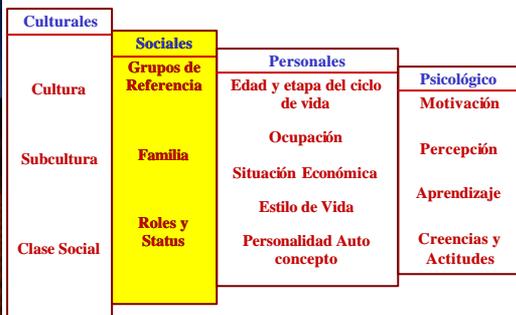
■ Ingreso Familiar Mensual:

- Promedio : \$ 120.000
- Mínimo : \$ 63.000 o menos
- Máximo : \$ 245.000

Grupos Socio Económicos, E, 14%

- Vehículo 0%
- Teléfono 0%
- Televisor Color 60%
- Equipo de Video 0%
- Refrigerador 45%
- Lavadora 35%
- Microondas 0%

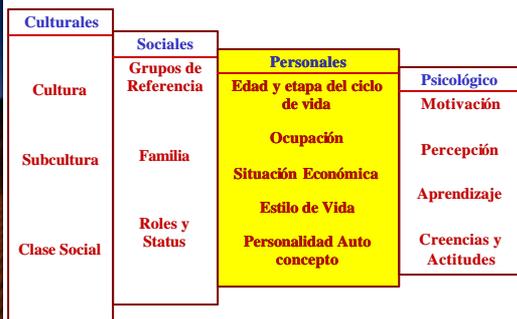
Factores que Influyen, Consumidores



Factores Sociales

- Grupos de Referencia, Pertenencia
 - Directos o Indirectos (Líder de Opinión)
 - Primarios (familia, amigos) o Secundarios (compañeros de trabajo)
- Familia
 - Cónyuge e hijos
 - Padres y hermanos
- Rol y Status

Factores que Influyen, Consumidores



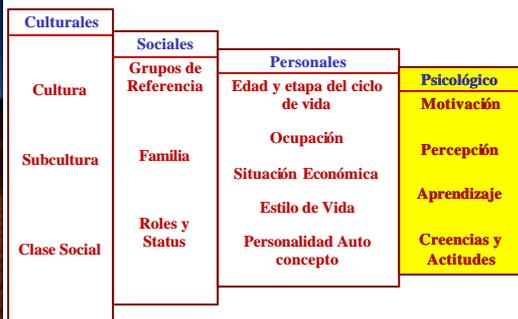
Factores Personales

- **Edad y etapa en el ciclo de vida**
 - Solteros, jóvenes que viven solos
 - Parejas recién casadas sin hijos
 - Nido Completo I: niño menor menos de 6 años
 - Nido Completo II: niño menor más de 6 años
 - Nido Completo III: pareja casada con hijos adultos dependientes
 - Nido Vacío I: Pareja casada sin hijos en la casa
 - Nido Vacío II: Pareja casada, ambos jubilados
 - Viudo Trabajando
 - Viudo Jubilado

Factores Personales

- **Ocupación**
- **Situación o Circunstancias Económicas**
- **Estilos de Vida**
 - **Encuesta AIO (Actividades, Intereses y Opiniones)**
 - **Encuesta VALS (Valores y Estilos de Vida)**
- **Personalidad y auto imagen**

Factores que Influyen, Consumidores



Factores Psicológicos

- **Motivación**
 - **Freud** “Los factores psicológicos que moldean el comportamiento humano, son en gran medida inconcientes, difíciles de comprender.”
 - **Herzberg** “Teoría de factores, satisfactores y disatisfactores.”

Factores Psicológicos

■ **Maslow** “Necesidades humanas se encuentran en gerarquía de importancia”

5 Necesidades de Auto desarrollo y Realización
 4 Necesidades de Estima (autoestima, reconocimiento, status)
 3 Necesidades Sociales (sentido de pertenencia, amor)
 2 Necesidades de Seguridad (seguridad, protección)
 1 Necesidades Fisiológicas (hambre, sed, frío)

Factores Psicológicos

- **Percepción**
 - **Percepción Selectiva**
 - **Percepción Distorsionada**
 - **Retención Selectiva**
- **Aprendizaje**
 - **Impulsos, estímulos, indicios, respuestas y refuerzos**
- **Creencias y Actitudes**

Proceso de Decisión de Compra

- **Distintos Roles**
 - **Iniciador**
 - **Influente**
 - **Decidor**
 - **Comprador**
 - **Utilizador**

Tipos de Proceso de Decisión de Compra

Grado de Participación, Importancia

Diferencia entre Marcas Significativas	Alto	Bajo
Poca	Complejo	Busca Variedad
Mucha	Reduce Disonancia	Habitual

Proceso de Decisión de Compra

- Reconocimiento del Problema, Necesidad
- Búsqueda de Información
- Evaluación de Alternativas
- Decisión de Compra
- Conducta Post-Compra

Proceso de Decisión de Compra

- Reconocimiento del Problema, Necesidad
- Búsqueda de Información
- Evaluación de Alternativas
- Decisión de Compra
- Conducta Post-Compra
- = desempeño percibido - expectativas

¿Porqué es importante satisfacer al Cliente?

- **Cientes Nuevos**
- **Cientes Retenido, satisfechos**
 - **Compran de nuevo**
 - **Hablan favorablemente**
 - **Prestan menos atención a otras marcas**
 - **Compran otros productos de la empresa**
 - **Satisfechos, promedio recomiendan a 3**
 - **Insatisfechos, cuenta a 11**

Comportamiento del Mercado Institucional

- **Mercados de Recursos**
- **Mercados de Fabricantes**
- **Mercados de Intermediarios o Revendedores**
- **Mercados Gubernamentales**

Características, Mercado Industrial

- **Menos compradores**
- **Compradores más grandes, importantes**
- **Mayor concentración geográfica**
- **Demanda derivada a consumidores**
- **Demanda inelástica, cambio en los precios no afecta a corto plazo**
- **Demanda fluctuante, mayor incidencia**

Tipos de Decisiones de Compra

- **Recompra Directa**
- **Recompra Modificada**
 - Especificaciones, precio, proveedores, etc.
- **Tarea Nueva**
 - Especificación
 - Proveedores
 - Rango de precios
 - Condiciones de pago, servicio, garantía, etc.
 - Cantidad de pedido
 - Tiempos de entrega

Participantes Proceso de Compra

- **Usuarios**
- **Influentes**
- **Compradores**
- **Tomadores de decisiones**
- **Controladores del flujo de información**



Factores que Influyen, Comprador Institucional



Proceso de Compra Institucional

- Identificación del problema
- Descripción de la necesidad
- Especificación del producto
- Búsqueda de proveedores
- Solicitud de propuestas
- Selección del proveedor
- Especificación del proceso de recompra
- Evaluación del producto

Mercados de Intermediarios o Revendedores

- Tipos de decisiones de compra:
 - Surtido
 - Selección de proveedores
 - Precios y condiciones de pago
 - Servicios y garantías

Mercado Gubernamental

- Altamente regulado y supervisado
 - Complicado proceso de compra
 - Mecanismos más utilizados
 - Licitaciones
 - Propuestas
- www.dae.cl
www.compraschile.cl
