

RE

MITOS CONSUMIDOR



RAGDVA

XIV SEMINARIO DE ACTUALIZACIÓN
Anicla
Bucaramanga, Abril 6 y 7 de 2017
Centro de eventos y exposiciones CENFER



MITOS

&

¿ESCOBA NUEVA, BARRRE BIEN?



¿CÓMO HA CAMBIADO SU FAMILIA...?

1. ¿Dónde nació su abuelo materno?
2. ¿Dónde nació su mamá?
3. ¿Dónde nació usted?
4. ¿Qué nivel educativo tenía ese abuelo?
5. ¿Qué nivel educativo logro su mamá?
6. ¿Qué nivel educativo tiene usted?

1. ¿El camión de gaseosa dejaba producto en su casa?
2. ¿Dónde compraba los zapatos para el colegio?
3. ¿Cuántos canales de televisión habían?
4. ¿Cuántas cosas importadas tenía?
5. ¿Cuántos días se demoraba en llegar una carta?
6. ¿Cómo le decía a sus papás que regalo quería de Niño Dios?
7. ¿Qué marcas blancas existían?
8. ¿Compraba el mercado en cadenas nacionales?
9. ¿Habían tiendas de productos básicos?
10. ¿Podía negociar el precio con el tendero?



BOOMERS	Aprendió a leer en un libro	Leyó poesía en libros	Lee periódicos impresos y libros	Lee periódicos y libros, con letra grande
GEN X	Aprendió a leer en un libro	Leyó libros y oyó audio libros	Ve las películas de los libros en cine	Lee periódicos en físico y web Lee libros en físico y digital
MILLENNIALS	Aprendió a leer en un libro	Ve las películas en cine y sagas	Lee impreso y digitales Lee las sagas antes de verlas	Leerá libros
	NIÑO	JOVEN	ADULTO	SILVER

GENERACIONES & EDAD



MILLENIALS
13-34

GEN X
35-55

BOOMERS
56-73

Silent Generation
1925-1942
Neil Armstrong, Cesar Chavez, Barbara Jordan, Tommy Kono, Maria Tallchief.

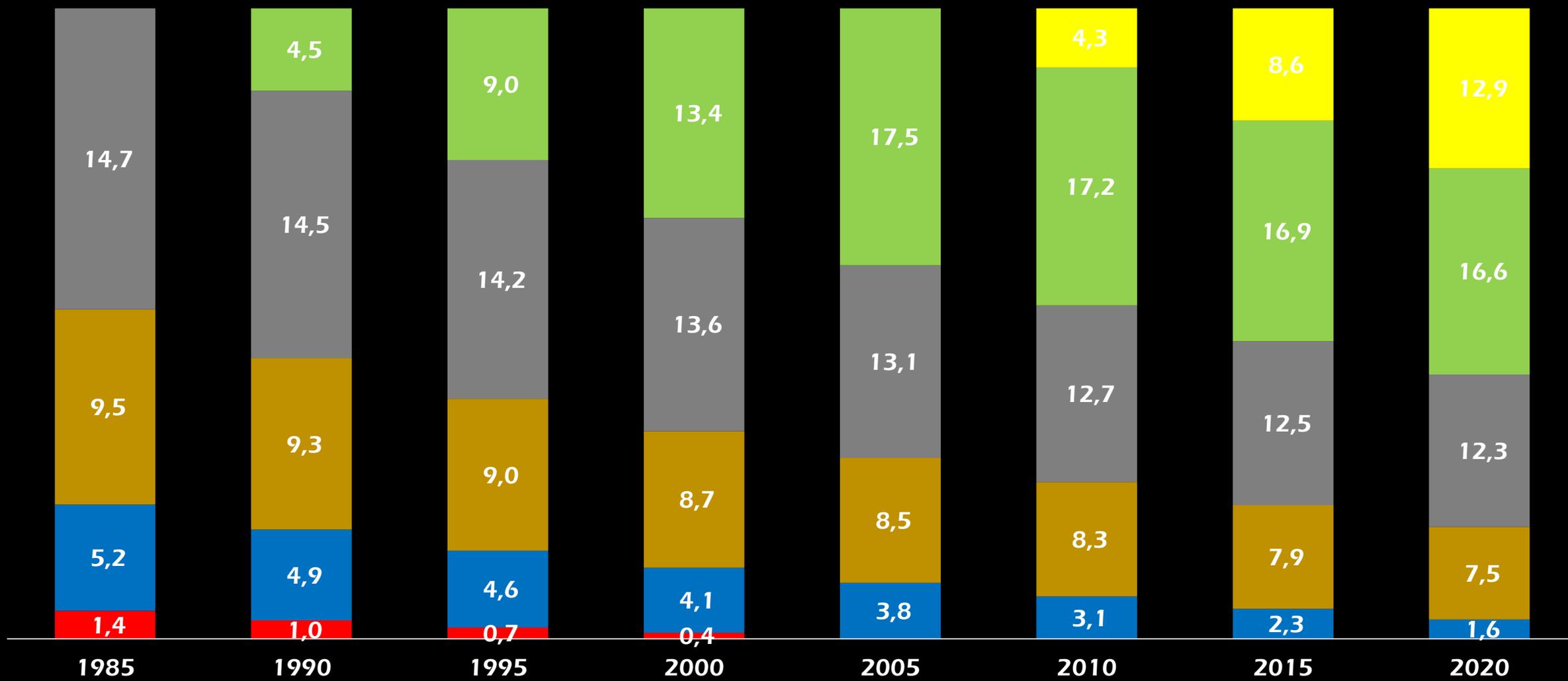
Baby Boomer
1943-1960
Bill Gates, Billy Jean King, Spike Lee, Antonia Novello, Ellison Onizuka.

Generation X
1961-1981
Tom Cruise, Mia Hamm, Michael Jordan, Lucy Liu, Soledad O'Brien.

Generation Y / Millennials
1982-2003
Mandy Moore, Mary Kate and Ashley Olsen (The Olsen Twins), Haley Joel Osment.

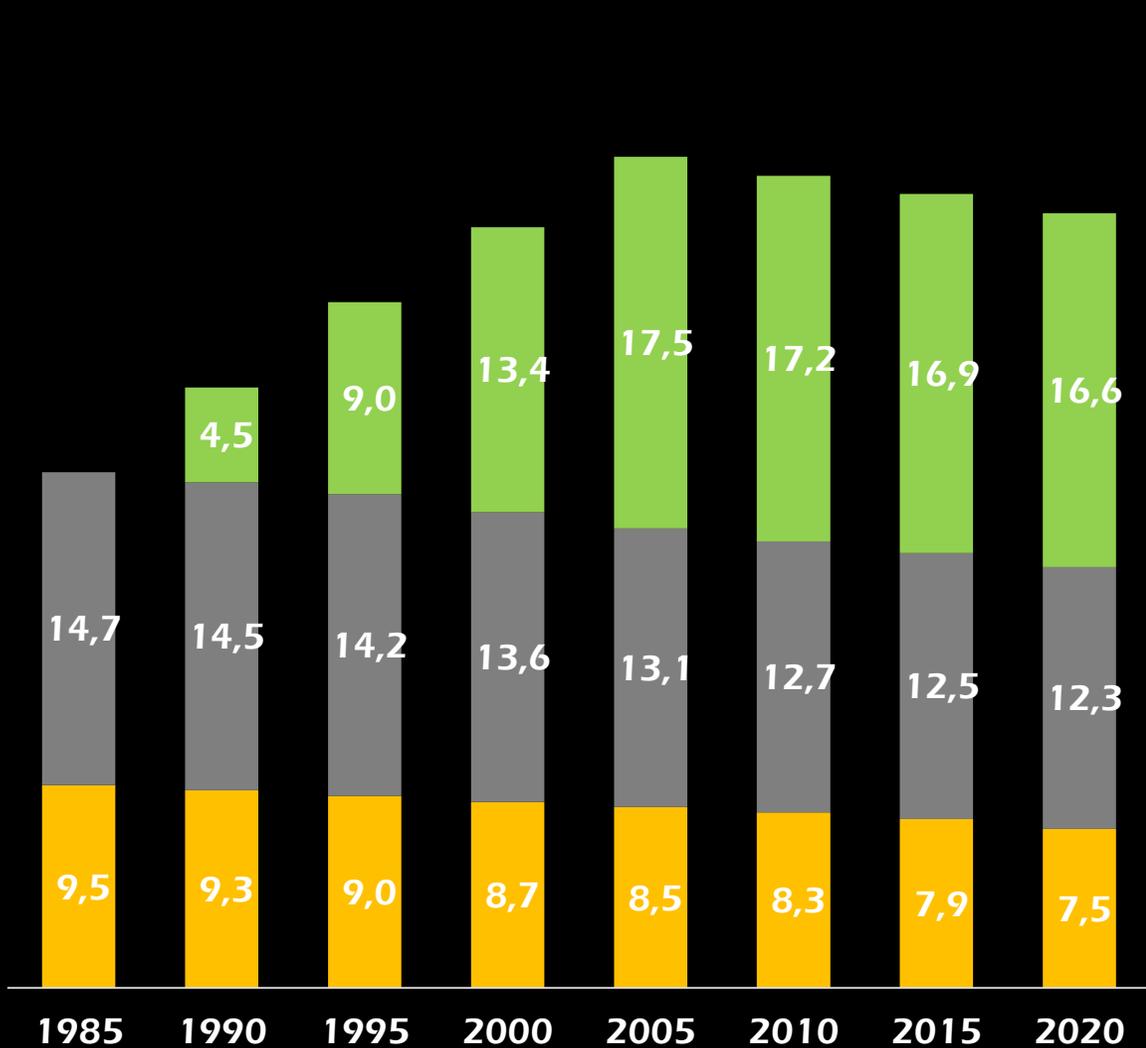
POBLACIÓN COLOMBIANA POR G3NERACIONES EN COLOR

■ 1. ROJA ■ 2. AZUL ■ 3. CAFÉ ■ 4. GRIS ■ 5. VERDE ■ 6. AMARILLO



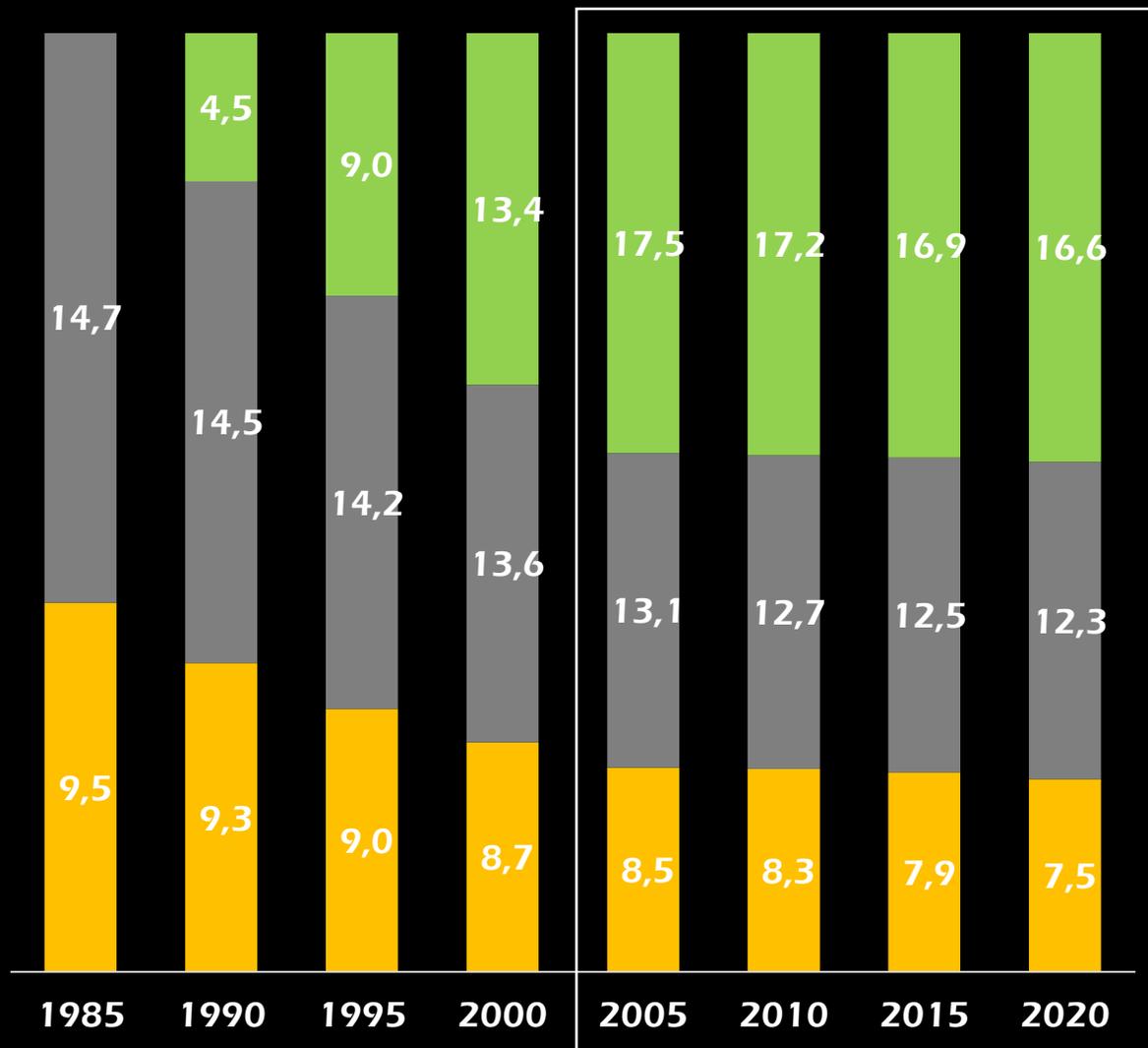
POBLACIÓN COLOMBIANA POR G3NERACIONES POR COLOR

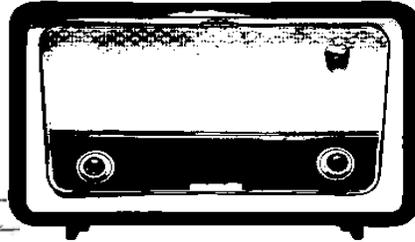
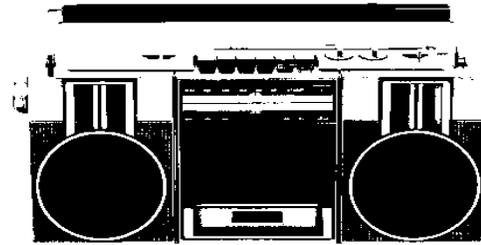
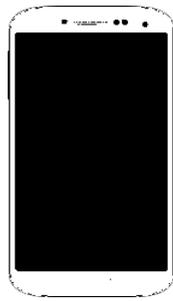
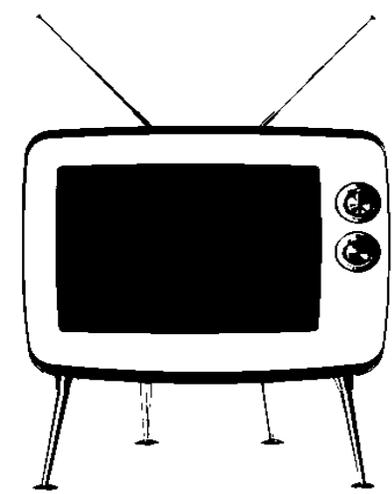
■ 3. CAFÉ ■ 4. GRIS ■ 5. VERDE



POBLACIÓN COLOMBIANA POR G3NERACIONES POR COLOR

■ 3. CAFÉ ■ 4. GRIS ■ 5. VERDE





LLOYD'S LIST.

Vo. 4832] LONDON, FRIDAY, DECEMBER 24, 1813.

LONDON: Printed by W. PHILLIPS, George Yard, Lombard Street

THE MARINE LIST.

The *Duport*, Thompson, from Liverpool to Quebec, taken by the *snake American Privateer*, has run sixteen by HMS *Albatross* and *Lucifer*.—The *Fair*, Harrison, on Liverpool to Miramichi, taken by the *snake Privateer*, has been taken by the *King* SW.—*John & Mary*, from Cork to Newfoundland, taken by the *snake Privateer*, has been taken by the *Loop* *Gorrier* SW.—*Infantry American Privateer*, taken by the *snake* at sea, taken by the *Snake*.

The *Sun* *John*, Magnus, from Lis-bon to Bristol, is put into *Ferrol* with loss of an *Anchor* and *Cattle* out *Cornwall*.

The *Pearl*, from London to *Guadaloupe*, lately forced at sea by the *Invincible* St. V. arrived in the *Dover* on Tuesday.

The *Derecent* SW arrived at *Plymouth* on Monday: she sailed from thence on 24th ult. with a *Conroy* for St. Andrew; the next day the *Artico*, *Furze*, *Harriet*, and the *day*

The *Georgina*, Hughes, from Liverpool to New Providence, was on the 7th instant, in Lat. 37. 30. Long. 16. She parted from the *Fleet* on the 24 in a Gale, in which she was struck with a Sea, which swept every thing off the *Deck*, and washed one *Man* overboard.

The *Unity*, Edgar, from London to Jamaica, is put into *Ferrol* with loss of *Howe*, &c.

The *Hibernia*, Lennon, from London to St. Thomas, was spoken with 4th instant, in Lat. 43. 23.

The *London Packet*, Holmes, from Palermo to London, has been taken by the *Baholo Privateer* in the *Mediterranean*, and given up after plundering part of her *Cargo* and *Stores*: she is arrived at *Milford*.

GRAVESEND..... arrived from
21 *Courage*, *Backer* Riga
Triton, *Walker* Gothenburg
Friendship, *Cotton* Lisbon
Susan, *Randall* do

EVOLUCIÓN

EL PERIÓDICO

DIARIO DE ECONOMÍA Y POLÍTICA

La 26.ª a trabajar 24 horas al día

'Chuzadas' también eran internacionales

Inflicción de enero: 0,69%

No al uso de las ceras

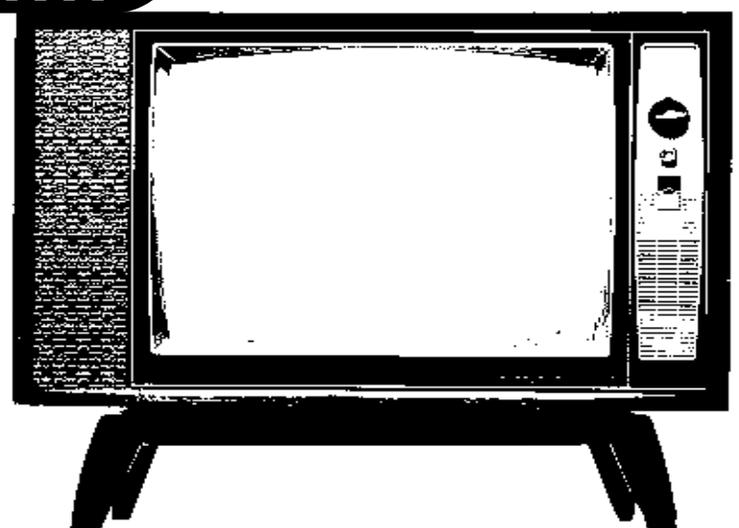
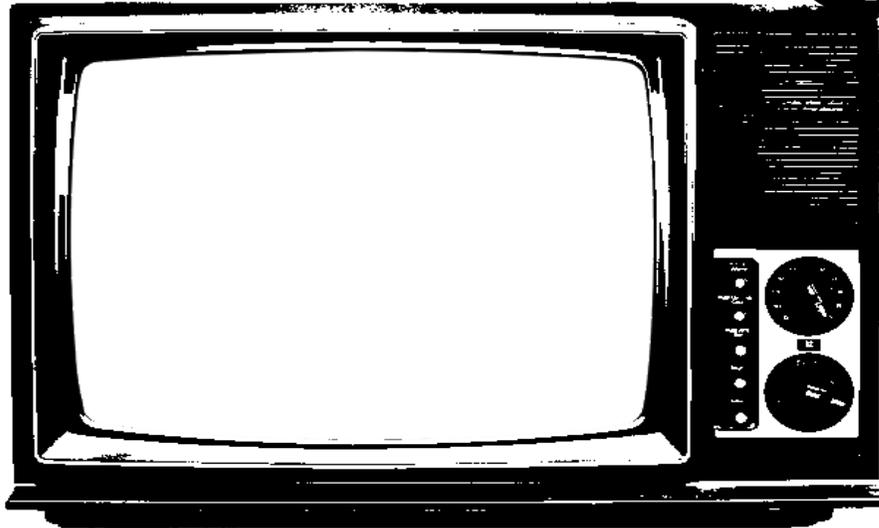
No cesan las llamas en Villa de Leyva

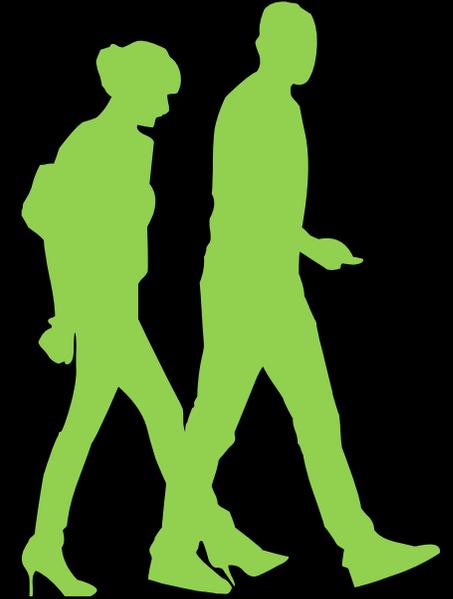
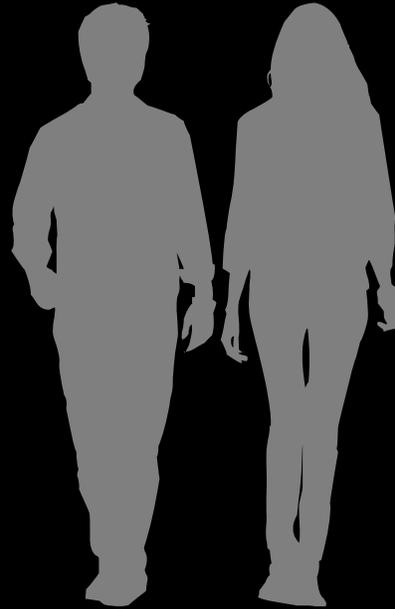
Coalición del uribismo está lejos

Salen a la luz más 'falsos positivos'

'Yo secuestre a Alan Jara'

Celio Nieves, al mando del Concejo







BOOMERS A LA COLOMBIANA
**GENERACIÓN CAFÉ:
MAYORES DE 55 AÑOS**

**«TODO ERA MEJOR,
CUANDO TODO ERA PEOR»**





IDEA

IDEAL

IDEALISMO

Edad

Inflación

Ingreso

**Personas
a Cargo**

**Consumo
Personal**

Driven



Más de 55

Más de 20%

\$850,000

2,5

\$460,000



MEDELLÍN 1950

G3NERACIONES Y PERSONALIDADES

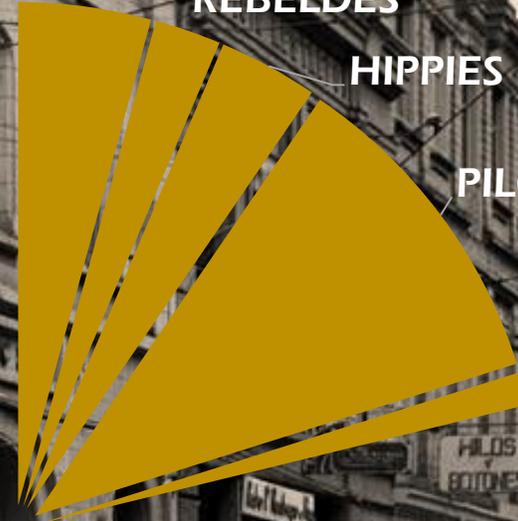
MAMERTOS

REBELDES

HIPPIES

PILOS

MODS





CAFÉS

BABY BOOMERS



GRISES

GEN X



VERDES

MILLENNIALS

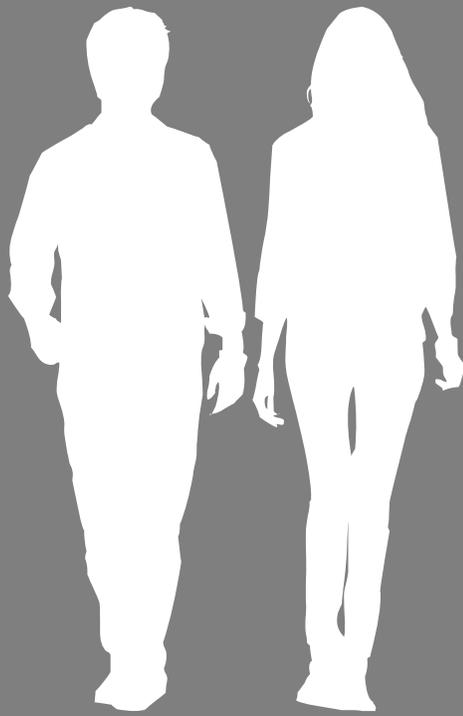
SUEÑOS	TENER TIERRA
VALORES	CREER
RELACIONES	ESTABLES
FAMILIA	MOTIVO
CONSUMO	PRODUCTOS
INFLACION	MUCHA
LUGAR DE COMPRA	PLAZA/MERCADO
NECESITA	PRODUCTOS
CONOCE	MUCHA
EXIJE	PLAZA/MERCADO



X A LA COLOMBIANA
**GENERACIÓN GRIS:
ENTRE 35 Y 55 AÑOS**

**«TODO ES BUENO,
SI LOS DEMÁS
DICEN LO MISMO»**





DEPENDE

DEPENDE

DEPENDE

Edad

Inflación

Ingreso

**Personas
a Cargo**

**Consumo
Personal**

Driven



Más de 55

Más de 20%

\$850,000

2,5

\$460,000



De 35 a 55

De 20% a 10%

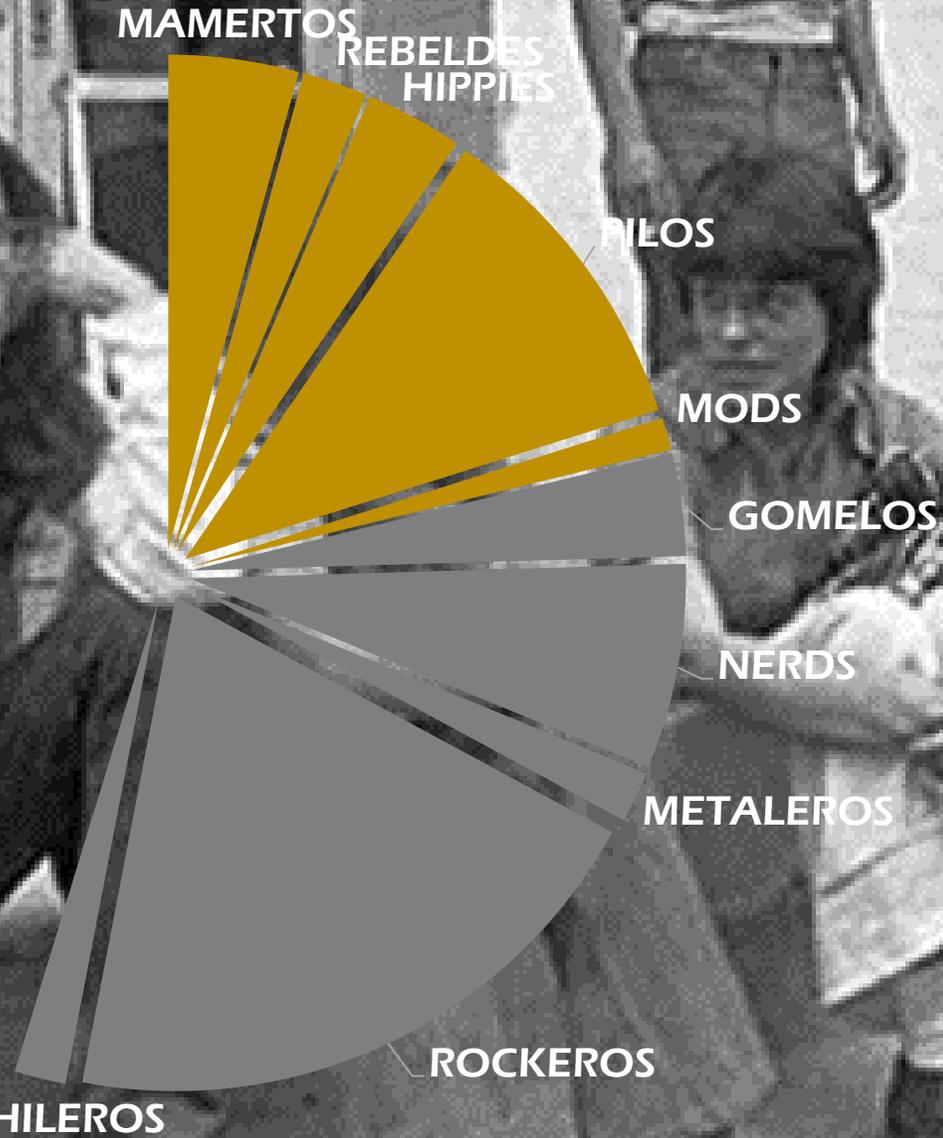
\$1'450,000

1,5

\$970,000



G3NERACIONES Y PERSONALIDADES





CAFÉS

BABY BOOMERS



GRISES

GEN X



VERDES

MILLENNIALS

SUEÑOS	TENER TIERRA	TENER FAMA
VALORES	CREER	DUDAR
RELACIONES	ESTABLES	VARIABLES
FAMILIA	MOTIVO	POCO NECESARIA
CONSUMO	PRODUCTOS	MARCAS
INFLACION	MUCHA	POCA
LUGAR DE COMPRA	PLAZA/MERCADO	CENTRO COMERCIAL
NECESITA	PRODUCTOS	MARCAS
CONOCE	MUCHA	POCA
EXIJE	PLAZA/MERCADO	CENTRO COMERCIAL





MAP

¡Primer Amor!



G3NERACIONES EN COLOR

RAGDYN



21



MILLENIALS A LA COLOMBIANA
**GENERACIÓN VERDE:
ENTRE 13 Y 35 AÑOS**

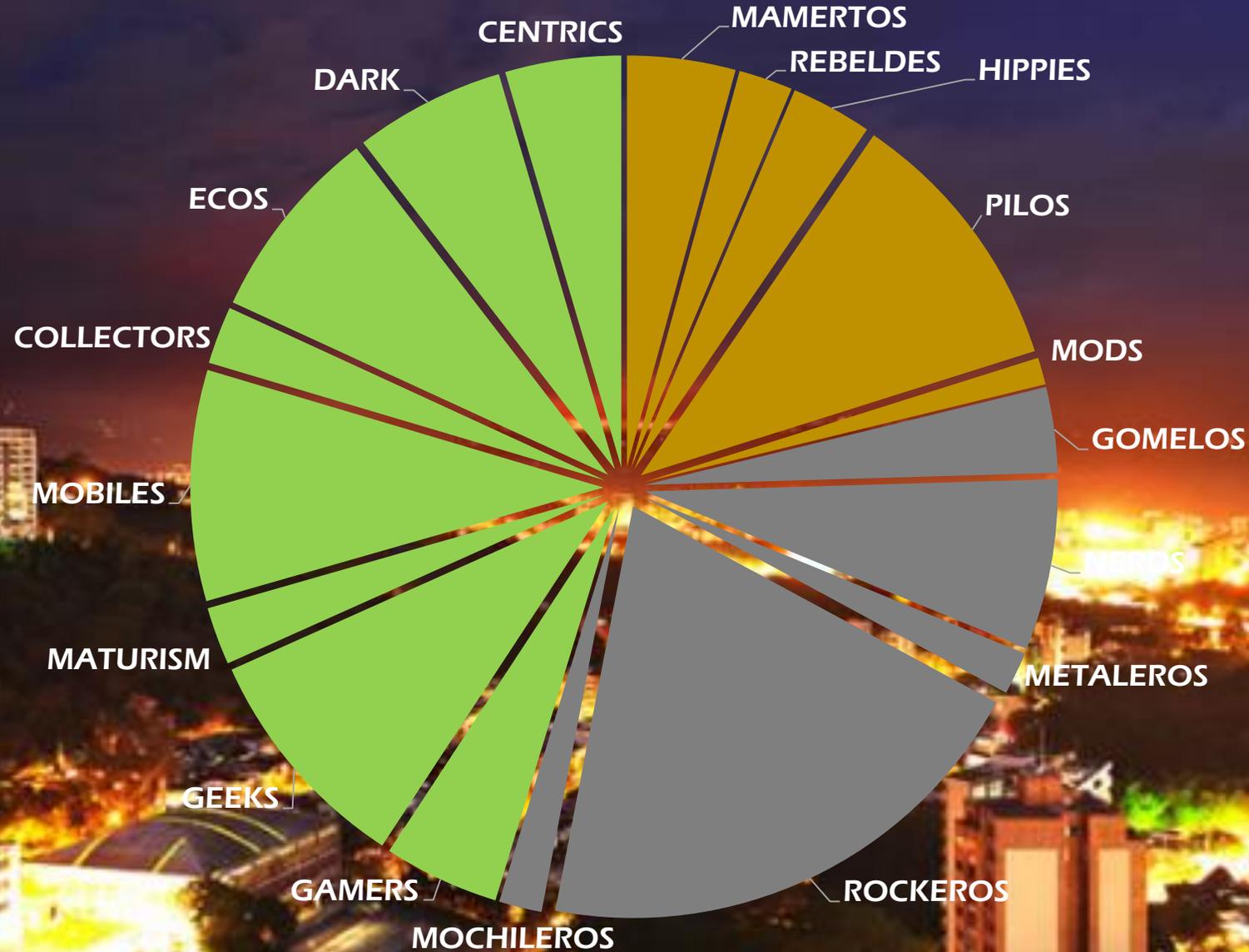
**«TODO ES BUENO,
SI ES INMEDIATO
Y LO PUEDO PERSONALIZAR»**





A TIEMPO SIN TIEMPO POR TIEMPO





Edad

Inflación

Ingreso

**Personas
a Cargo**

**Consumo
Personal**

Driven



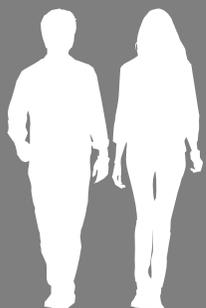
Más de 55

Más de 20%

\$850,000

2,5

\$460,000



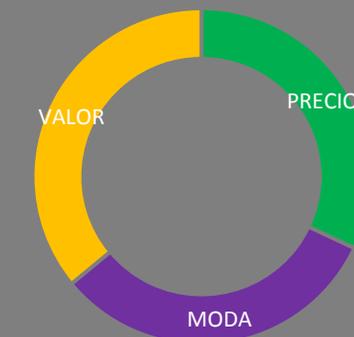
De 35 a 55

De 20% a 10%

\$1'450,000

1,5

\$970,000



De 13 a 35

Menos de 10%

\$1'150,000

1

\$1'500,000





CAFÉS

BABY BOOMERS



GRISES

GEN X



VERDES

MILLENNIALS

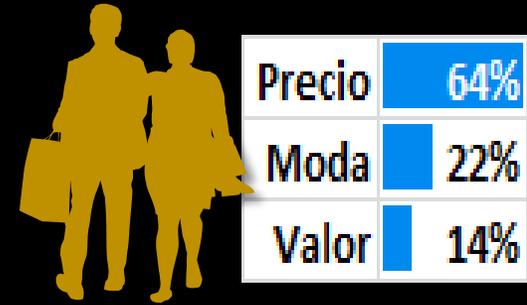
SUEÑOS	TENER TIERRA	TENER FAMA	FELICIDAD
VALORES	CREER	DUDAR	CONFIAR
RELACIONES	ESTABLES	VARIABLES	SIN COMPROMISO
FAMILIA	MOTIVO	POCO NECESARIA	APOYO
CONSUMO	PRODUCTOS	MARCAS	EXPERIENCIAS
INFLACION	MUCHA	POCA	NADA
LUGAR DE COMPRA	PLAZA/MERCADO	CENTRO COMERCIAL	INTERNET
NECESITA	PRODUCTOS	MARCAS	EXPERIENCIAS
CONOCE	MUCHA	POCA	NADA
EXIJE	PLAZA/MERCADO	CENTRO COMERCIAL	INTERNET



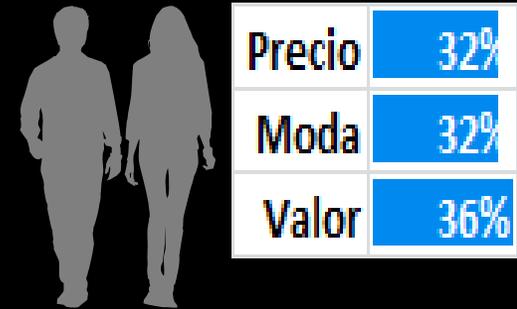
- 1. ¿ALGUNA VEZ A COCINADO ALGO SIN RECETA?**
- 2. ¿ALGUNA VEZ HA CREADO UN COLOR PARA PINTAR SU CASA?**
- 3. ¿ALGUNA VEZ HA CREADO UN COCKTAIL?**
- 4. ¿HA MANDADO A HACER ALGO A SU MEDIDA?**
- 5. ¿ALGUNA VEZ HA HECHO UN REGALO CON SUS MANOS?**
- 6. ¿ALGUNA VEZ HA DISEÑADO UN TRAJE?**
- 7. ¿HA DEFINIDO EL «FULL EQUIPO DE SU CARRO»?**
- 8. ¿HA PERSONALIZADO SU CORREO ELECTRÓNICO?**
- 9. ¿HA CUSTUMIZADO SU CELULAR?**
- 10. ¿TIENE BLOG/TWITTER?**
- 11. ¿HA DISEÑADO SUS ZAPATOS?**
- 12. ¿HA CONSTRUIDO ALGUN CODIGO LIBRE?**
- 13. ¿TIENE AVATAR EN SECOND LIFE?**
- 14. ¿HA CREADO UN PERSONAJE DE ROL?**
- 15. ¿HA SUBIDO VIDEOS SOBRE SU MARCA FAVORITA?**



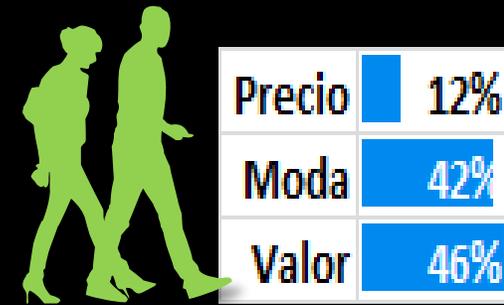
220 PRODUCTOS



350 PRODUCTOS



450 PRODUCTOS

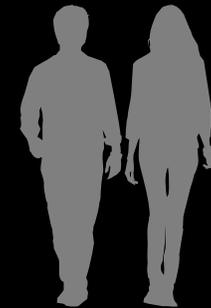


PRICING



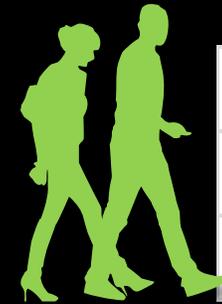
Precio	64%
Moda	22%
Valor	14%

MARKETSHARING



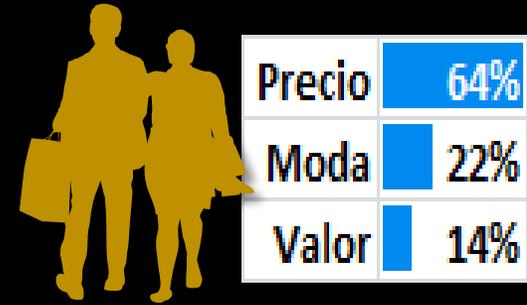
Precio	32%
Moda	32%
Valor	36%

POCKETSHARING

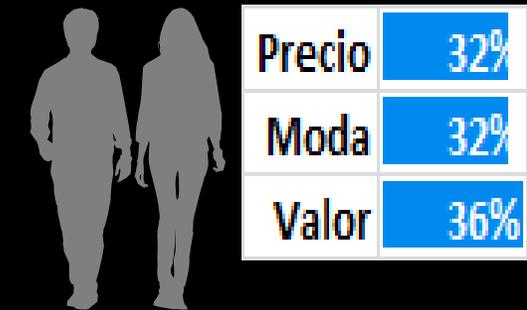


Precio	12%
Moda	42%
Valor	46%

SUPPLYRULES



MARKETRULES



CLIENTRULES

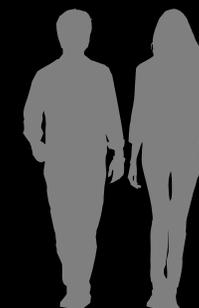


SALESING



Precio	64%
Moda	22%
Valor	14%

MARKETING



Precio	32%
Moda	32%
Valor	36%

CLIENTING

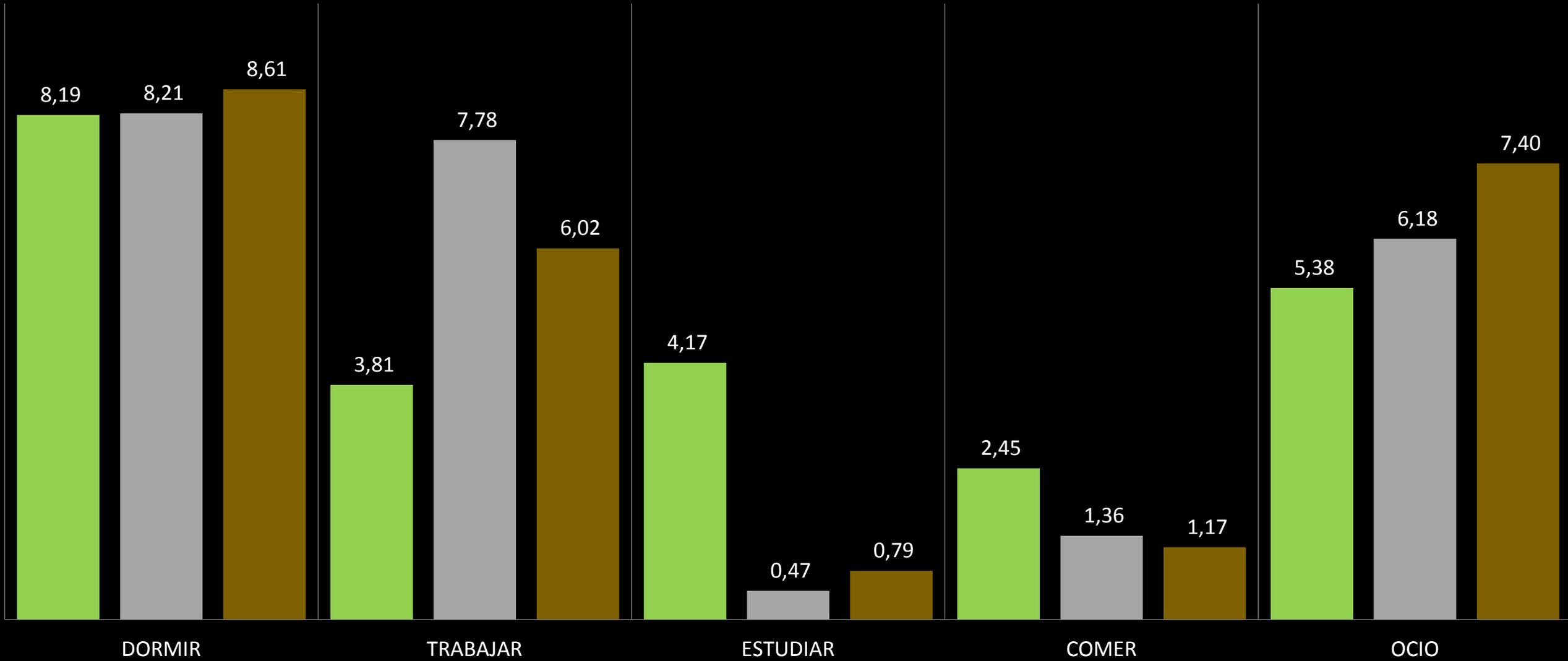


Precio	12%
Moda	42%
Valor	46%

CONSUMING

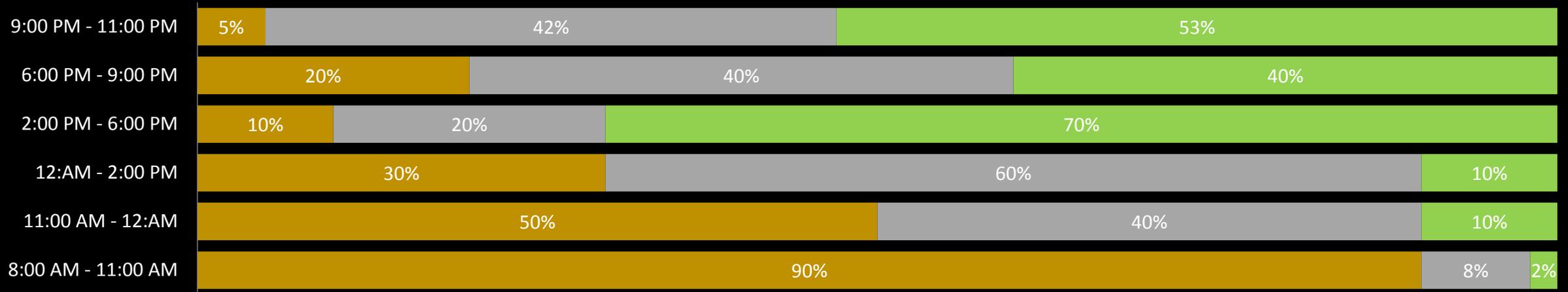
MANEJO DEL TIEMPO POR GENERACIONES

■ VERDES ■ GRISÉS ■ CAFÉS



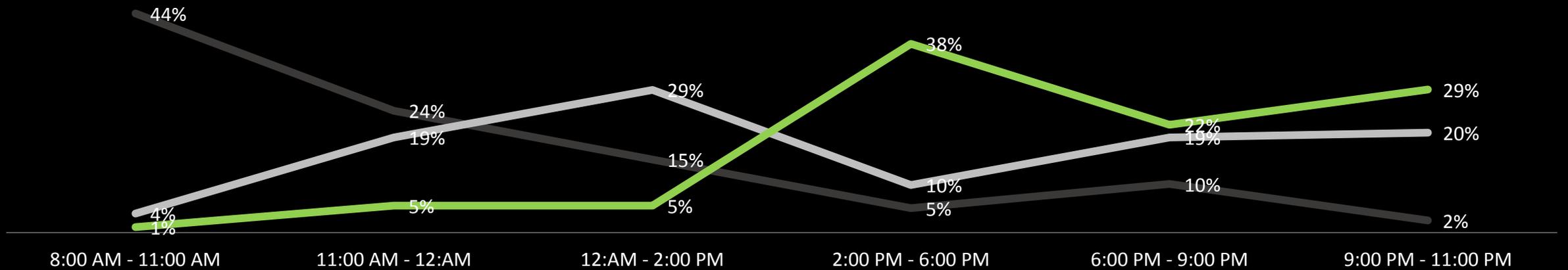
COMPOSICION DE TRAFICO POR GENERACION ENTRE SEMANA

BOOMERS GENETRATION X MILLENNIALS



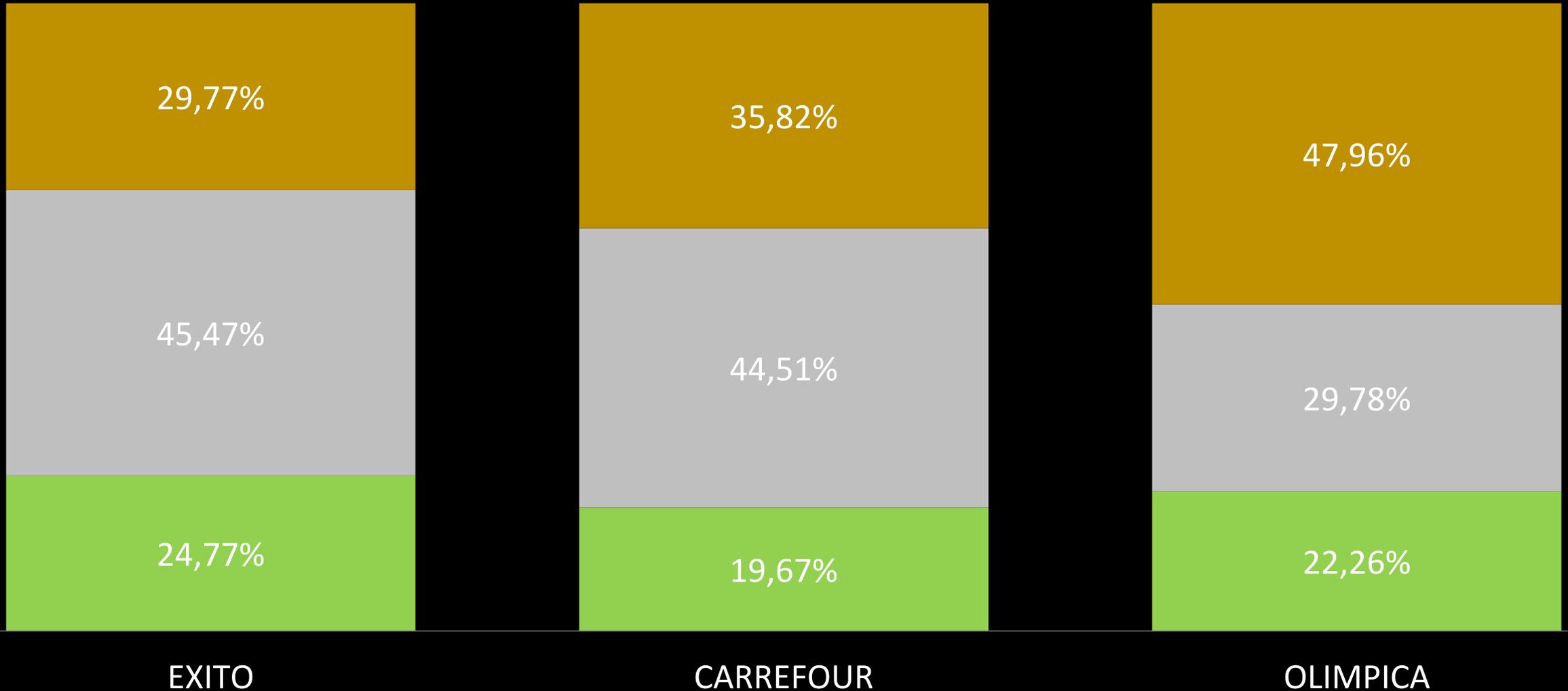
FLUJO DE TRAFICO POR GENERACIONES ENTRE SEMANA

BOOMERS GENETRATION X MILLENNIALS



COMPOSICION DE COMPRADORES EN CADENAS

■ 1. VERDES ■ 2. GRISES ■ 3. CAFÉS



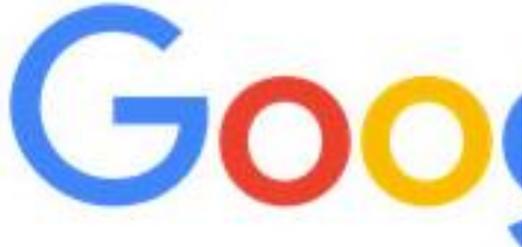


PASAMOS DE GUERRAS A TERRORISMO

PASAMOS DEL MUNDO FÍSICO AL VIRTUAL



CAMBIARON LOS INTERESES DE LA GENTE

The Google logo is partially visible, showing the letters 'Goo' in its characteristic multi-colored font.

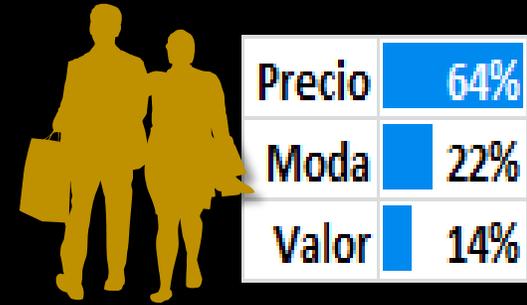
Buscar con Google

Ve

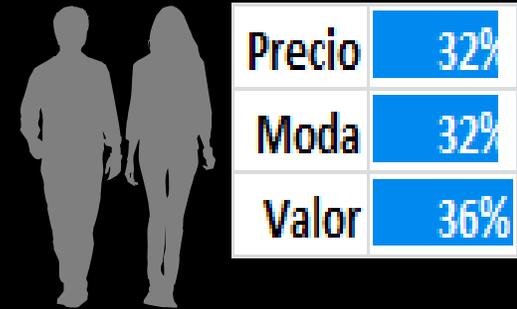
Google cambia de look. D

The Pokémon GO logo features the word 'POKÉMON' in its signature yellow, bubbly font with a blue outline. Below it, the word 'GO' is written in a blue, stylized font where the 'O' is a Poké Ball.

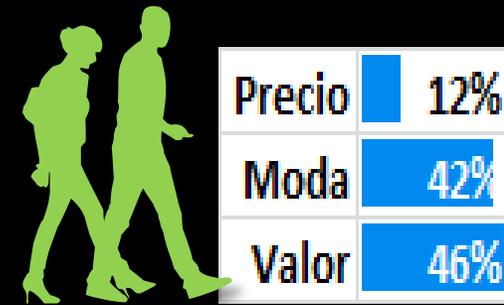
220 PRODUCTOS



350 PRODUCTOS



450 PRODUCTOS

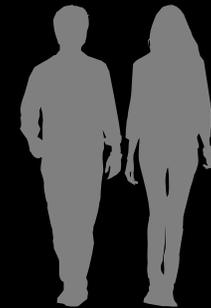


PRICING



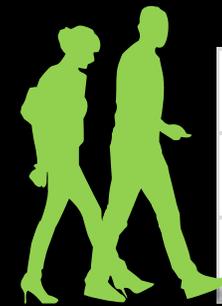
Precio	64%
Moda	22%
Valor	14%

MARKETSHARING



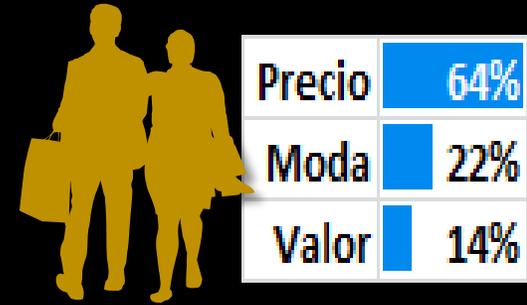
Precio	32%
Moda	32%
Valor	36%

POCKETSHARING

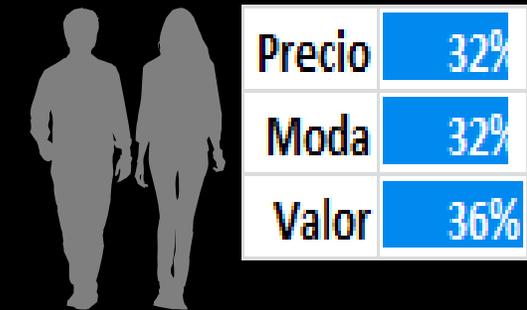


Precio	12%
Moda	42%
Valor	46%

SUPPLYRULES



MARKETRULES



CLIENTRULES

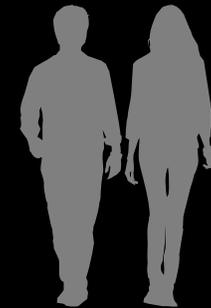


SALESING



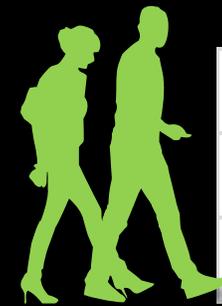
Precio	64%
Moda	22%
Valor	14%

MARKETING



Precio	32%
Moda	32%
Valor	36%

CLIENTING



Precio	12%
Moda	42%
Valor	46%

CONSUMING





1. CON EL PRECIO



Tuvimos la inflación mas alta en

TINNETO

TACHA

2 EDUCACIÓN



3 CONSTRUUYA
EXPERIENCIAS



PROSUMIR
ES LA CLAVE

PGINA DE INICIO > BSQUEDA DE DISEOS

BUSCAR POR COLOR

ESCOGER



ELIGE TU COLOR



BUSCAR POR PALABRA O POR ID DE DISEÑO

BUSCAR

MÁS OPCIONES DE BÚSQUEDA >

1-48 of 916219 1 of 19088





5 BUENA VITRINA
EDIRETENIMIENTO



HALO 5

6. COMODITIZACIÓN



MARCAS MENOS VALIOSAS

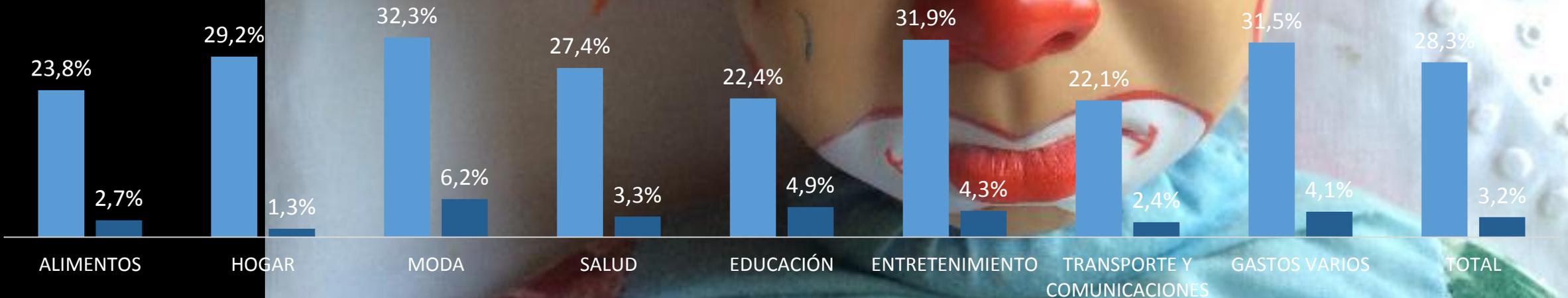
VALOR ACEPTADO DE LAS MARCAS

■ 2010 ■ 2016



VALOR PERCIBIDO DE LAS MARCAS

■ 2010 ■ 2016



A close-up photograph of a woman's face, smiling and looking slightly to the right. Her hair is dark and voluminous. Overlaid on the image is the text "RIGHT NOW" in large, bold, glowing green letters. The letters are semi-transparent, allowing the woman's features to be seen through them. The background is dark, making the glowing text stand out.

RIGHT NOW

7. 7X24



CAMBIO DE PARADIGMA: DE GO TO MARKET A GO TO CONSUMER

Esta tortuga sufrió mucho por un pitillo incrustado en su nariz, pero le salvaron la vida



COMPARTIR



TWITTEAR



GOOGLE+



LINKEDIN

Sea Turtle with Straw up its Nostril - "NO" TO PLASTIC STRAWS



LOVERS

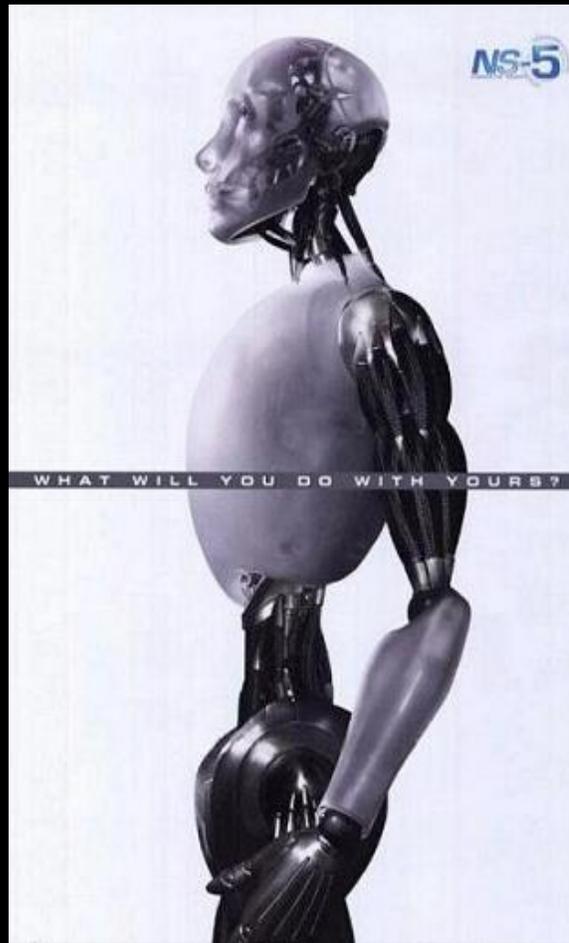


AHORRO DIARIO DE ENERGIA EN COLOMBIA SEMANA



10. BUENO EL CULANTRO...





LO PRIMERO ES HACERSE UNA REFLEXIÓN FUNDAMENTAL:

LEYES DE ROBOTICA DE ASIMOV

- UN **PRODUCTO** NO PUEDE HACER DAÑO A UN SER HUMANO O, POR INACCIÓN, PERMITIR QUE UN SER HUMANO SUFRA DAÑO.
- UN **PRODUCTO** DEBE **SATISFACER** LAS **NECESIDADES** DE LOS SERES HUMANOS, SI NO ESTÁN EN CONFLICTO CON LA PRIMERA LEY.
- UN **PRODUCTO** DEBE PROTEGER SU PROPIA EXISTENCIA EN LA MEDIDA EN QUE ESTA PROTECCIÓN NO ENTRE EN CONFLICTO CON LA PRIMERA O LA SEGUNDA LEY.

... PERO ANTE TODO

¿CÓMO ES EL GASTOS DE LOS HOGARES EN POLLO?

\$6,77 Billones de Pesos gastaron en pollo los hogares en 2016

0,13% Creció el gasto en pesos de lo hogares frente a Febrero 2016

1,58% Crecieron los Precios

-1,43% Cayeron los gastos reales de lo hogares frente a Febrero 2016

\$ 45.411 Fue el gasto per hogar colombiano en promedio en pollo durante Febrero

¿CÓMO ES EL GASTOS DE LOS HOGARES EN HUEVOS?

\$4,28 Billones de
Pesos gastaron en
huevos los hogares
en 2016

6,21% Creció el gasto
en pesos de lo hogares
frente a Febrero 2016

7,85% Crecieron
los Precios

-1,53% Cayeron los
gastos reales de lo
hogares frente a
Febrero 2016

\$ 29.438 Fue el gasto
per hogar colombiano
en promedio en
Huevos durante
Febrero

¿QUIEREN TENER ESTA
PRESENTACIÓN?

SAMIR.CAMPO@RADDAR.NET

Y AL FINAL DEL DÍA SE LA MANDARÉ.

Muchas gracias
por dejarme compartirles
lo que el consumidor me ha enseñado...

