

Materia. Comportamiento del consumidor.

Maestro: Marco Antonio López Franco.

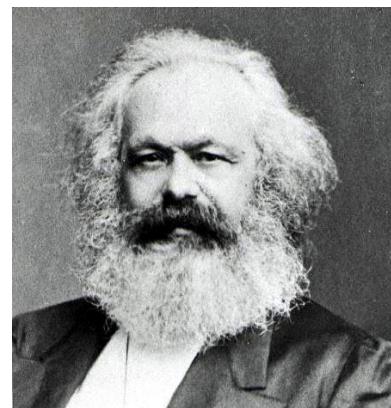
**Objetivo:** *Que el alumno durante la duración de este seminario comprenda el proceso de comunicación que se da de manera comercial, entre aquellos que postulan un producto y los consumidores, entendiendo los procesos sociales, culturales e incluso psicológicos que acompañan al proceso de marketing, siendo claros al momento de postular una nueva manera de generar publicidad y de creación de una marca.*

### **Primer encuentro.**

#### **Proceso del consumo: ¿Qué es el consumidor?**

A lo largo de la historia humana el acto del intercambio de bienes y servicios ha marcado la naturaleza de las comunidades y que le da forma a la sociedad, entendidos estos procesos bajo determinado régimen económico, llámese esclavismo, feudalismo, capitalismo, capitalismo liberal, capitalismo neoliberal, y el llamado comunismo no aplicado, es decir la forma en que intercambiamos, afectara los procesos del trabajo y en mayor medida de la economía misma, es decir a partir de la forma en que nosotros como especie comerciamos y nos relacionamos en el aspecto de prestación de servicios se entenderá la esencia orgánica que caracteriza a cierto momento histórico.

Para apoyarnos y seguir trabajando este punto, tendremos que recordar al viejo maestro de los sociólogos, (viejo fantasma que se niega a retirarse) Karl Marx, entendiendo las ideas que se presentaron de manera formal en los diversos volúmenes del Capital, la obra cúspide del pensador, filósofo, economista entendemos que: debido al cambio en la estructura económica –entendida como la forma en que se trabaja, y quien posee los medios de producción y quien aplica la fuerza de trabajo- se darán los cambios en la súper estructura en donde se encuentran la cultura, la filosofía y los aspectos que haciendo una paráfrasis al autor, vienen después de que el estómago está satisfecho, entendemos que es en la comunidad en donde se dan los procesos de intercambio que ayudarán a la



permanencia de la comunidad en sí, el consumo entonces, podemos entenderlo como un proceso que ha acompañado a la civilización humana desde el comienzo de la misma, las diferencias y los estilos de cómo se intercambian son las que van a ofrecer las particularidades de cada uno de los momentos históricos, en este momento muchas cosas han cambiado a la hora de hablar de consumo, y de qué se consume para eso se tendrá que hacer una lista de diversos temas que al final de todo esto ofrezcan las bases para reflexionar el papel de aquel que oferta el producto, procurando alimentarse de otras ciencias tales como la comunicación y el diseño gráfico, herramientas que se tienen que tener presentes a la hora entablar conversaciones con respecto a los estudios del consumidor.

Entendemos el estudio del comportamiento del consumidor *como el estudio de los procesos que intervienen cuando una persona o grupo selecciona, compra uso o desecha productos, servicios, ideas y experimentos*

*para para satisfacer necesidades y deseos*<sup>1</sup>es decir que a lo largo de la materia nosotros tendremos que detenernos a repensar desde las teorías de las necesidades psicológicas, el mundo de las culturas y el proceso de elección de un



producto con base en la formalización de marcas y de imaginarios de vida.

Es necesario que nosotros presentemos un marco histórico de la mano de los pensadores del capitalismo Adam Smith, ya que es el esquema y sistema económico en el cual nos encontramos actualmente, entendemos que bajo el principio del capitalismo se encuentra el principio de la propiedad privada, propiedad que no necesariamente es física, sino que tenemos que entender que bajo este principio se maneja la propiedad intelectual, el conocimiento, los servicios y los bienes, nosotros como agentes que habitan el capitalismo los reproducimos de manera inconsciente al entrar al movimiento de consumo y de venta. Explicar el capitalismo dentro de unas líneas podría manejarse de la siguiente manera, es un sistema basado en la concepción de que existen objetos, medios y habilidades que

---

<sup>1</sup> Salomon R. Micheal "Comportamiento del consumidor" Página 7.

únicamente me pertenecen a mí y que son necesarios para la supervivencia del pacto social, entonces esos servicios tendrán un valor, mismo que puede ser expresado en dinero, un pago justo por las habilidades, medios y objetos que yo poseo, pero claro está que existen agentes sociales con un mayor número de medios y habilidades y por lo tanto merecen ganar más, marcando no solo el movimiento de vida de cada uno de los individuos sino también esquematizar y formar divisiones de carácter general que se entenderán como las clases sociales, este punto es muy importante cuando mencionemos el proceso de consumo puesto que es la variable de la clase social la que marcará un punto y aparte a la hora de entender el proceso de consumo.

Se tiene que entender que, en el proceso del estudio del comportamiento del consumidor, podemos mencionar que se estudian desde el proceso de compra más vulgar, como un niño que compra un paquete de dulces, hasta un empresario que decide sobre la compra de cierta empresa o cierto capital constante para el crecimiento de su proyecto, todo esto está alimentado por un proceso psíquico en donde intervienen las aspiraciones de vida, como se entiende el proceso y que es el desarrollo humano.

Un punto y aparte es el estudio del fenómeno del Dinero, para este fin tendremos que rescatar al sociólogo George Simmel y su obra la filosofía del Dinero , en donde nos menciona que el proceso de intercambio de compra y venta en el aspecto social ha abandonado su sentido directo, pasando a ser un proceso abstracto en donde los bienes y servicios son otorgados o concedidos mediante representaciones físicas de los bienes que ya se poseen esto basado en un pacto social que determina un valor de intercambio neto.

Un punto que también tenemos que mencionar es el proceso de cultura que tendremos que rescatar de la mano de Pierre Bordieu cuando nos menciona la clasificación de culturas, esto va dirigido para entender el proceso de qué se vende a determinado segmento de la población y que mensaje y cómo debe de transmitirse ese mensaje, la publicidad es el arte del engaño, el consumo es la venta de una aspiración. Es en este sentido que nosotros tenemos que estudiar el comportamiento del consumidor alejándonos de las propuestas convencionales y nutriéndonos de todo el conocimiento que nos permita entender y comprender el movimiento del mercado

### **Actividad Complementaria.**

- a) Basado en la lección anterior, el alumno deberá realizar las siguientes actividades en un archivo Word, con letra Times new Roman, con espacio de separación de 1.5 líneas una reflexión basada en las virtudes y defectos del capitalismo entendiendo que se debe mantener una postura crítica y analítica.
  
- b) En caso de que se tenga duda con respecto a los autores se deberá realizar una búsqueda de sus obras y realizar una búsqueda documental de sus principales tesis.