

Subculturas

Cristian David Hurtado Duque



Subculturas, microculturas e identidad de los consumidores

- La pertenencia a grupos dentro de la sociedad general define a las personas.
 - Las subculturas se conforman con base en la edad, la raza, el origen étnico o el lugar de residencia.
- Las microculturas se identifican libremente con un estilo de vida o una preferencia estética.
 - Cada microcultura exhibe su conjunto único de normas, vocabulario e insignias de productos.

Reflexiona:

- ¿A qué subculturas has pertenecido?



- La afiliación de los consumidores a subculturas étnicas, raciales y religiosas con frecuencia ejerce una gran influencia en el comportamiento de consumo.



Subcultura étnica y racial

- Una subcultura étnica es un grupo de consumidores que se perpetúa a sí mismo y se mantiene unido a través de vínculos culturales o genéticos comunes; tanto sus miembros como otras personas reconocen al grupo como una categoría distinguible.







- <C:\Users\S405\Videos\Pautas publicitarias\Taco Bell Wild Burrito 1993.webm>



Origen étnico y estrategias de marketing



Alto contexto



Bajo contexto



¿El origen étnico es un objetivo en movimiento?

- El proceso de definir y llegar a los miembros de un grupo étnico específico no siempre es tan fácil en una sociedad multicultural.
- La desetnización se refiere al proceso mediante el cual un producto relacionado originalmente con un grupo étnico específico se aleja de sus raíces y se comercializa en otras subculturas.



- [..\Videos\Pautas publicitarias\Noi facciamo i bagel così.mp4](#)

Estereotipos étnicos y raciales

- <..\Videos\Sylvester and Tweety Speedy Gonzales.webm>



- Afroestadounidenses
- Hispanoamericanos
- Asiático estadounidenses



- ¿Y en Colombia?





- [..\Videos\Pautas publicitarias\Comerciales Open English Persueychon Mejora tu pronunciación.mp4](#)

- [..\Videos\Videos musicales\Shakira Hips Don't Lie ft Wyclef Jean.webm](#)



Aculturación

- La aculturación se ve influida, al menos en parte, por los siguientes agentes:
 - Familia
 - Amigos
 - Iglesia
 - Medios de comunicación

- <..\Videos\Pautas publicitarias\PG Colombia 25 años en tu casa.webm>



Procter&Gamble

Modelo aprendizaje progresivo

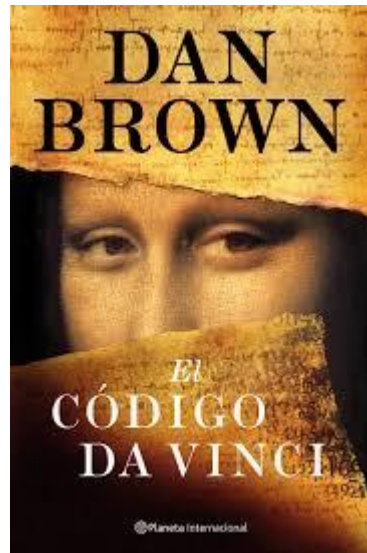
- Supone que las personas aprenden gradualmente una nueva cultura, conforme entran cada vez más en contacto con ella.
- Conforme las personas se aculturizan, mezclan las prácticas de su cultura original con las de la nueva cultura.
- Los consumidores que conservan una fuerte identidad étnica difieren de sus contrapartes más integradas a la nueva cultura.

Reflexione:

- Identifique algunos productos que se hayan desetnizado. ¿Cómo deberían comercializarse tales productos en la actualidad?



Subculturas religiosas



- <..\Videos\Pautas publicitarias\Mundo Amish Rompiendo las Reglas.webm>



Megaiglesias



- ¿Los miembros de un grupo religioso deberían adaptar las técnicas que utilizan normalmente los mercadólogos para aumentar su participación de mercado para sus productos?
¿Por qué?