

# Hacia una teoría del consumidor de la tienda tradicional colombiana. Una investigación desde la teoría fundada

Dagoberto Páramo Morales  
Universidad del Norte  
Barranquilla

Universidad Libre  
Bogotá. Octubre, 2009





- Pequeña empresa familiar
- Localizada en la vivienda
  - Venta al por menor
- Productos consumo masivo

- Fraccionamiento
- Crédito a vecinos
- Parte de la comunidad
  - Mostrador



# Contexto de la investigación

**Apertura económica y social**



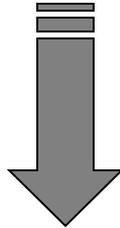
**Tiendas de barrio Versus Grandes superficies**



**¿Será la tienda tradicional colombiana un espacio de reforzamiento cultural del consumidor?**



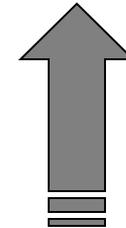
Definir una tipología de "compradores"



que distinga las  
creaciones de  
valores



sobre la base de  
consideraciones  
culturales



# Aspectos metodológicos

Metodología: La forma de pensar una realidad social y de estudiarla  
(Strauss & Corbin, 1998)

- Soporte epistemológico

Aproximación interpretativista, teoría de la cultura de consumo,  
etnomarketing

- Recolección etnográfica de los datos
  - Análisis etnológico
- Interpretación antropológica

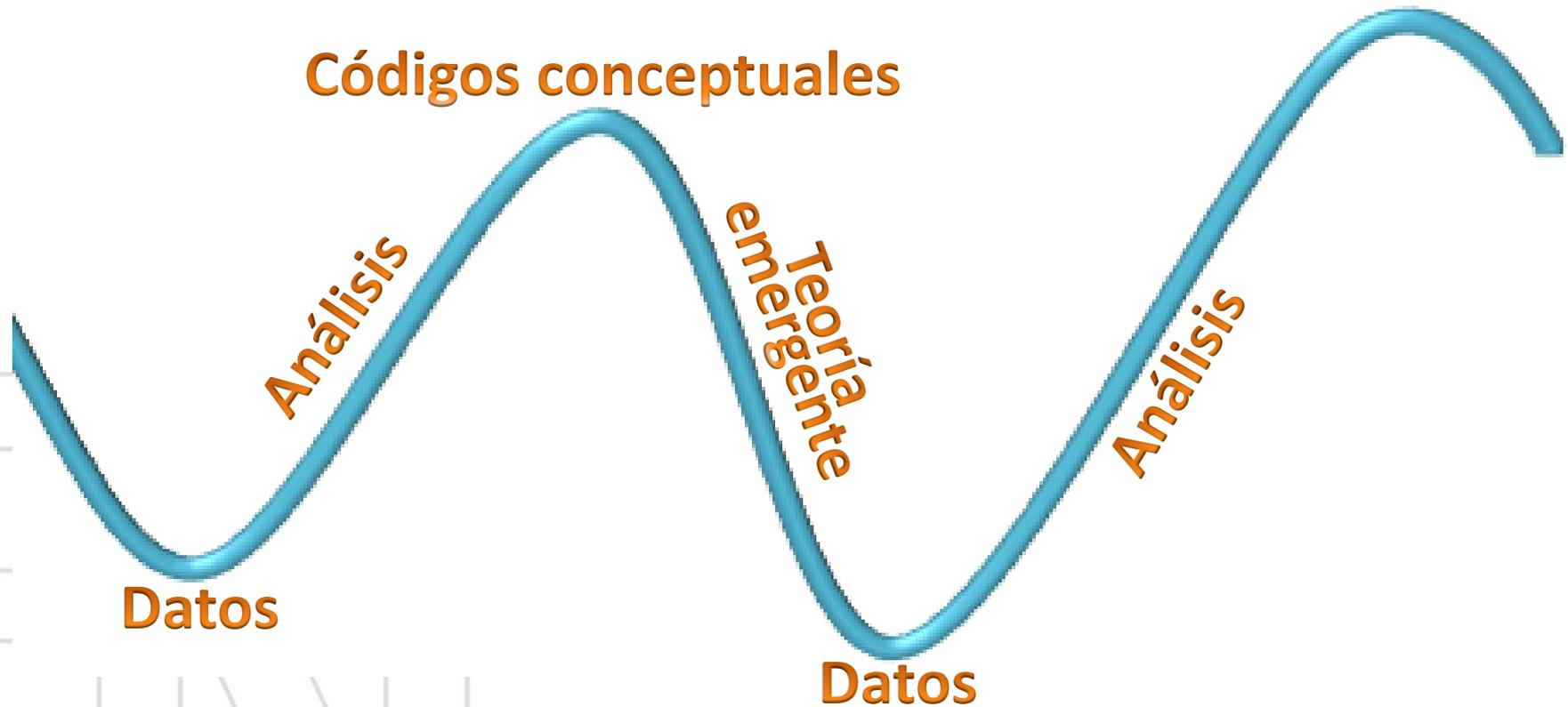
# Teoría fundada (Grounded Theory)



Interaccionismo simbólico-método comparativo constante-categorías  
teóricas-muestreo teórico-saturación teórica



# Ciclo de análisis de la investigación



Territorio a explorar: LA TIENDA DE BARRIO



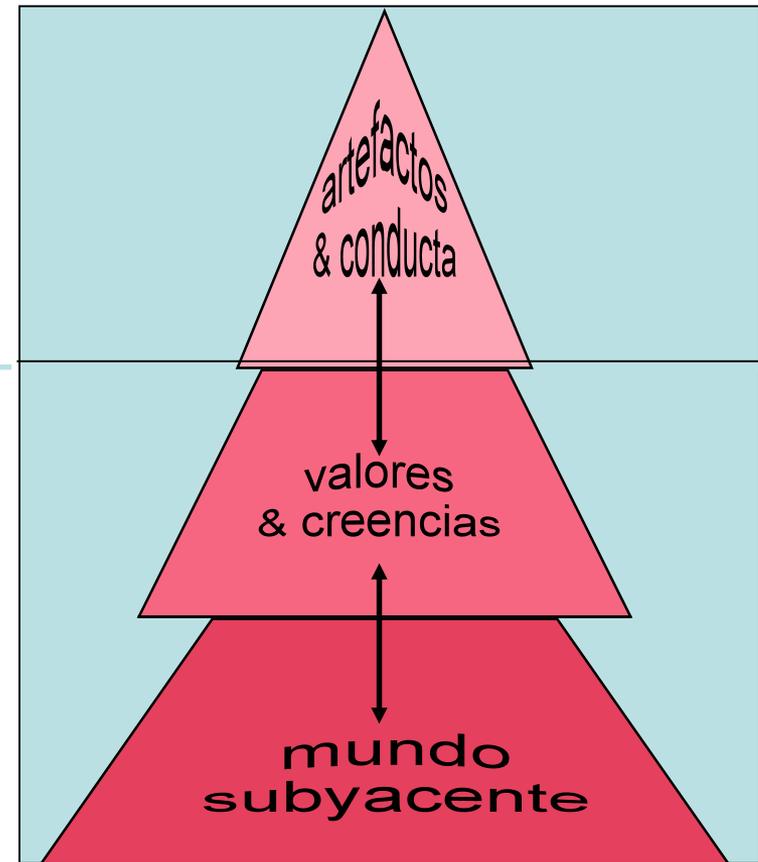
**INFORMANTES POR CIUDAD, ESTRATO Y SEXO**

	ESTRATO ALTO		ESTRATO MEDIO		ESTRATO BAJO		SUBTOTAL		TOTAL
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
<b>Barranquilla</b>	1	2	4			2	5	4	<b>9</b>
<b>Cali</b>	2	1	2	2	1	2	5	5	<b>10</b>
<b>Medellín</b>	2	1	3	1	2	1	7	3	<b>10</b>
<b>Neiva</b>	2		2		2	1	6	1	<b>7</b>
<b>Manizales</b>	3		1	2	3		7	2	<b>9</b>
<b>Valledupar</b>		2	3	1	3	1	6	4	<b>10</b>
<b>SUBTOTAL</b>	10	6	15	6	11	7	36	19	<b>55</b>
<b>TOTAL</b>	16		21		18		65,5%	34,5%	
	29,1%		38,2%		32,7%				



# CULTURA... es ...

La programación colectiva de la mente que se transmite de generación en generación y permite distinguir un grupo humano de otro



# INFLUENCIA DE LA CULTURA...

**NORMAS**

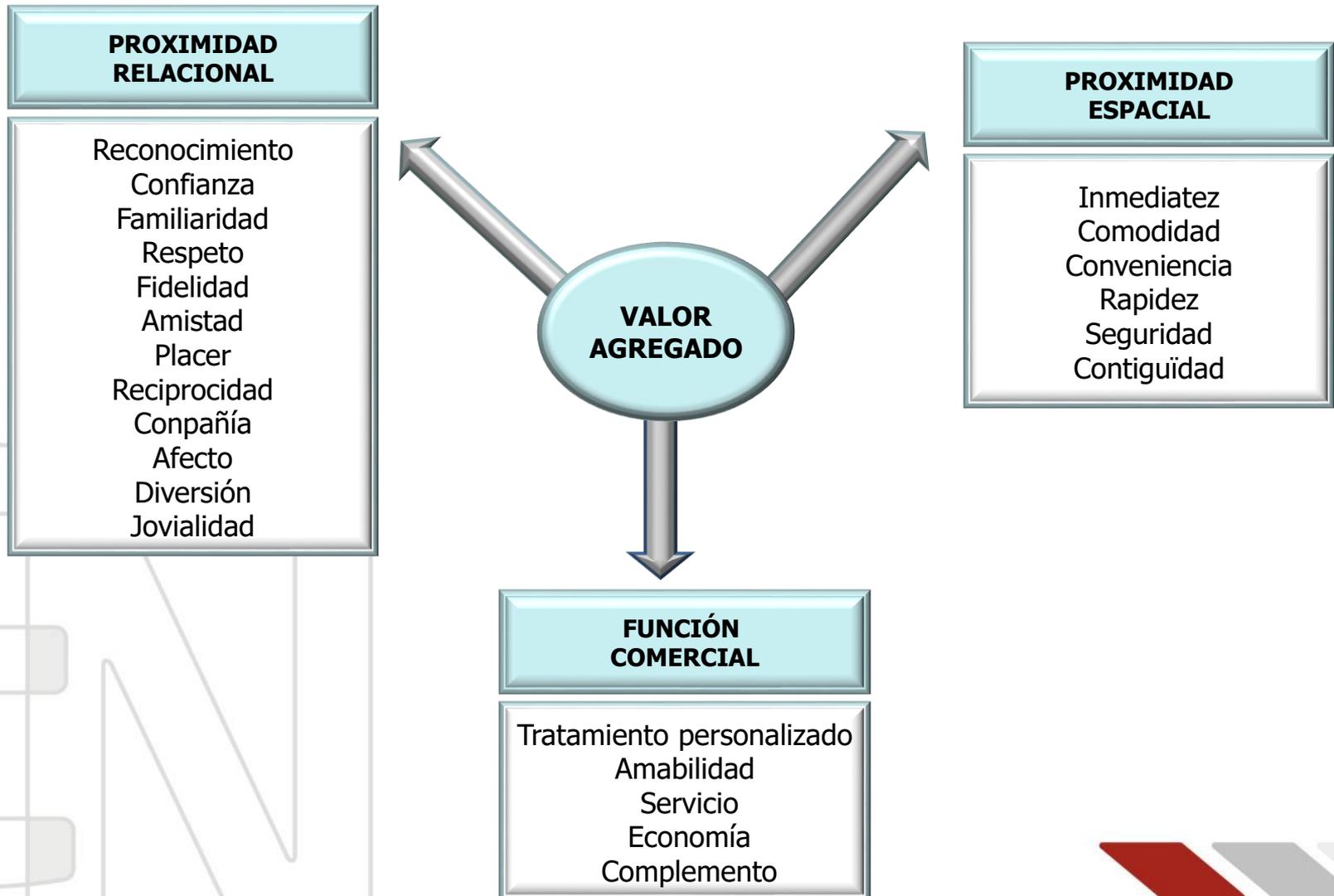


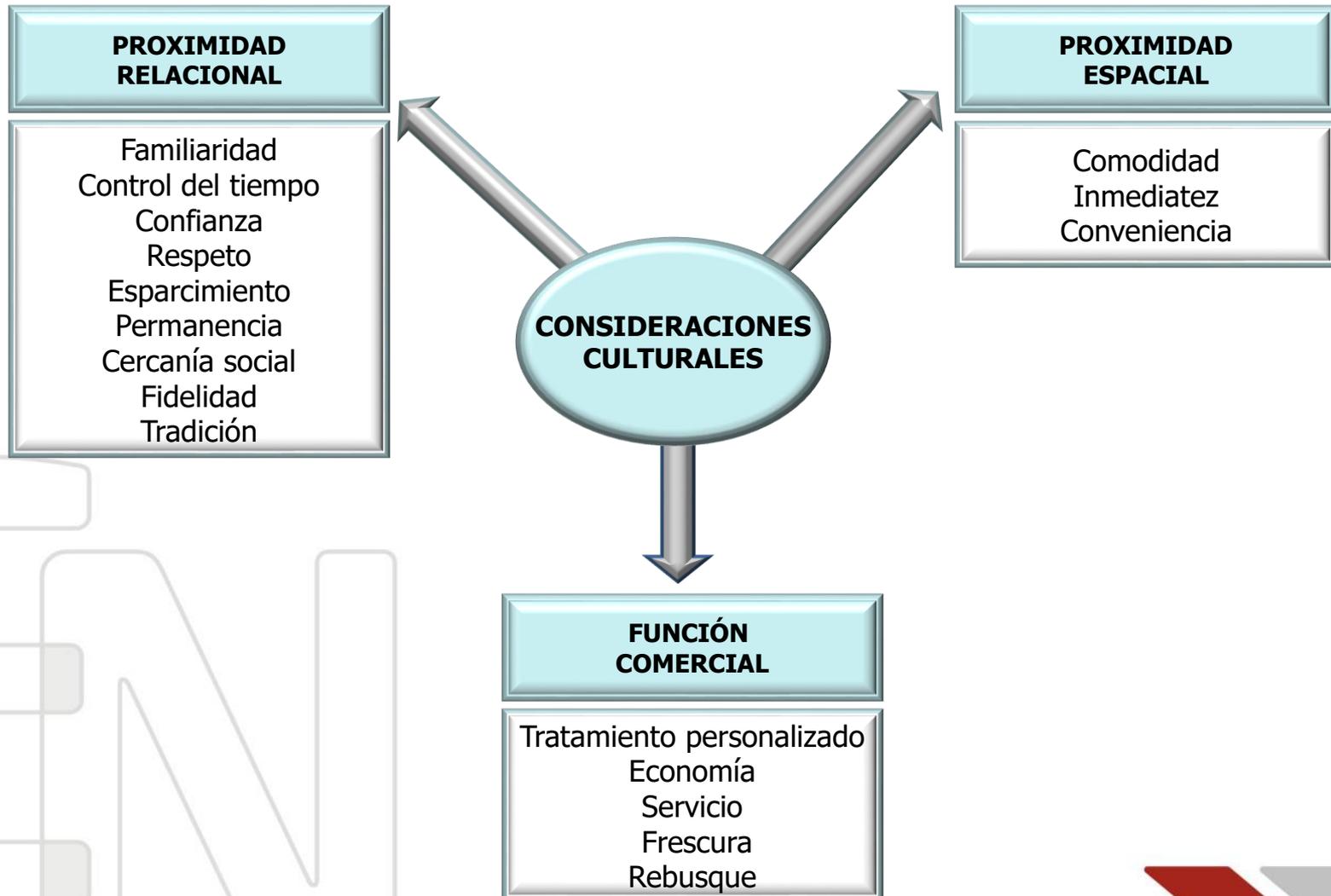
**PREMIOS**

**O ...**

**CASTIGOS**







## VIVENCIAL

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

*"Muy agradable... cómoda como en  
casa". (Informante Neiva, estrato alto)*

Va a la tienda a  
distrarse, a  
tener compañía

Valores  
y creencias

**Valores:** Trato personalizado  
familiaridad, respeto, amistad.  
**Creencia:** el tendero es amigo de sus  
clientes.

Mundo  
subyacente

El afecto determina las  
relaciones. Las personas  
merecen respeto y  
consideración



## COTIDIANO

*"En una tienda compra uno de cien pesos, cincuenta pesos en adelante... en un almacén de cadena un solo tomate le vale más de \$500 en cambio en una tienda no" (Informante Cali, estrato bajo)*

Comportamientos asociados a la costumbre

Va a la tienda a buscar lo que le hace falta y lo que necesita.  
"Va a lo que va"

Valores y creencias

**Valores:** Trato Personalizado  
Familiaridad, Respeto.  
**Creencia:** En la tienda encuentra todo y rápido.

Mundo subyacente

Todo a toda hora.  
Complemento.

## DEPARTIDOR

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

Va a la tienda a  
escuchar  
música, a ingerir  
licor, a divertirse

*"Porque una de las cosas que a mí no  
me gusta es que el niño me vea  
tomando licor". (Informante Manizales,  
estrato bajo)*

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, servicio,  
confianza, familiaridad, esparcimiento.  
**Creencia:** El tendero es amigo de los clientes.

Mundo  
subyacente

Las personas tienen el  
derecho a divertirse.  
La vida hay que vivirla



## CULTIVADOR DE RELACIONES

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

*"Por el trato amable del dueño y de la esposa". (Informante Barranquilla, estrato medio)*

Va a la tienda a  
fortalecer sus  
relaciones de  
amistad

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, seguridad,  
responsabilidad  
**Creencia:** El tendero es alguien familiar

Mundo  
subyacente

Es mejor tener amigos  
que hacer negocios

## ANTOJADO

*"Llego, miro a ver que hay de bueno por ahí pa`antojarme y si voy por algo en especial pues por ejemplo por un helado y luego de una a la nevera, la abro, cojo el helado, si miro un brownie me lo cojo también por ahí derecho".  
(Informante Manizales, estrato alto)*

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

Va a la tienda a  
distrarse, a  
alguiar

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, respeto,  
familiaridad, trato personalizado  
**Creencia:** Sin la tienda no le marchan las  
cosas

Mundo  
subyacente

La tienda es un  
alguiadero

## MECATERO

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

Va a la tienda a  
mecatear

*"Aparte de que tienen todos los  
productos de una tienda también pues  
que venden las comidas rápidas, tiene  
servicio de cafetería, tiene pues que el  
tintico... el alguito". (Informante  
Manizales, estrato medio)*

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, seguridad,  
familiaridad.

**Creencia:** En la tienda encuentro productos  
frescos

Mundo  
subyacente

La tienda es segura

## SOBREVIVIENTE

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

*"Semanalmente estoy comprando lo poquito que me alcance" (Informante Manizales, estrato bajo).*

Va a la tienda en busca de la ñapa y a controlar su presupuesto

Valores  
y creencias

**Valores:** Economía, responsabilidad, seguridad.

**Creencia:** El tendero conoce mis necesidades en el hogar.

Mundo  
subyacente

Las personas tienen el derecho a vivir en condiciones dignas

## ENDEUDADO

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

*"El día que uno coge la plata le paga al  
tendero y tiene que empezar a fiar otra  
vez porque no queda ni cinco"*  
(Informante Barranquilla, estrato medio)

Va a la tienda a  
pedir fiao

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, economía,  
responsabilidad  
**Creencia:** El tendero conoce el vecindario

Mundo  
subyacente

Los compromisos  
deben respetarse

## INSEGURO

*"No me gusta salir del barrio"*  
(Informante Manizales, estrato bajo)

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

Va a la tienda a  
protegerse

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, seguridad,  
Familiaridad.  
**Creencia:** En la tienda encuentro de todo y  
rápido

Mundo  
subyacente

El barrio es más  
seguro

## RESIGNADO

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

*"...no ahorro dinero ni tiempo, porque a veces le quitan el tiempo y a veces atienden a otra persona primero que a uno". (Informante Neiva, estrato bajo)*

Va a la tienda a  
solucionar sus  
problemas

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, seguridad,  
Familiaridad, economía.  
**Creencia:** El tendero decide mi compra

Mundo  
subyacente

Los seres humanos  
merecen vivir con  
dignidad

## UTILIZADOR

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

*"En ocasiones alguno de mis hijos está por la calle y desea consumir algún producto... van y le dicen que le entregue el producto" (Informante Barranquilla, estrato medio)*

Va a la tienda a abastecerse, en busca de la ñapa

Valores  
y creencias

**Valores:** Confianza, fidelidad, respeto, familiaridad  
Trato Personalizado.

**Creencia:** En la tienda encuentro todo y rápido.

Mundo  
subyacente

Todo a toda hora.  
Complemento.



## FUNCIONAL

*"... lo hago por cercanía, de pronto que se me acabó algo antes de lo presupuestado" (Informante Cali, estrato alto)*

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

Va a la tienda a  
buscar lo que le  
hace falta y lo  
que necesita.  
"Va a lo que va"

Valores  
y creencias

**Valores:** Trato Personalizado  
Familiaridad, Respeto.  
**Creencia:** En la tienda encuentra todo y  
rápido.

Mundo  
subyacente

Todo a toda hora.  
Complemento.

## RACIONAL

*"Me parece muy buena la experiencia ante todo porque me fían, confían en uno. Además uno se puede desvarar".(Informante Medellín, estrato medio)*

Comportamientos asociados a la costumbre

Va a la tienda a abastecerse pagando precios cómodos

Valores y creencias

**Valores:** Respeto, economía, amabilidad, confianza  
**Creencia:** Sin la tienda no me marchan las cosas.

Mundo subyacente

Buscando se encuentran las mejores alternativas de compra.

## CAZADOR

Comportamientos  
asociados a la  
costumbre

*"si no tengo nada más que comprar y  
no necesito más en la casa a no ser  
que haya una promoción buena por ahí  
siempre mantengo más plata... compro  
la promoción" (Informante Cali, estrato  
bajo)*

Va a la tienda a  
cazar  
oportunidades

Valores  
y creencias

**Valores:** Responsabilidad,  
economía.  
**Creencia:** El barrio tiene pocas tiendas

Mundo  
subyacente

Las personas deben  
buscar sus propias  
oportunidades

**TIPOLOGÍA DE  
CONSUMIDORES**

**Experienciales**

- **Vivencial**
- **Cotidiano**
- **Departidor**
- **Cultivador de relaciones**
- **Antojado**
- **Mecatero**



## **TIPOLOGÍA DE CONSUMIDORES**

### **Tiendodependientes**

- **Sobreviviente**
- **Endeudado**
- **Inseguro**
- **Resignado**

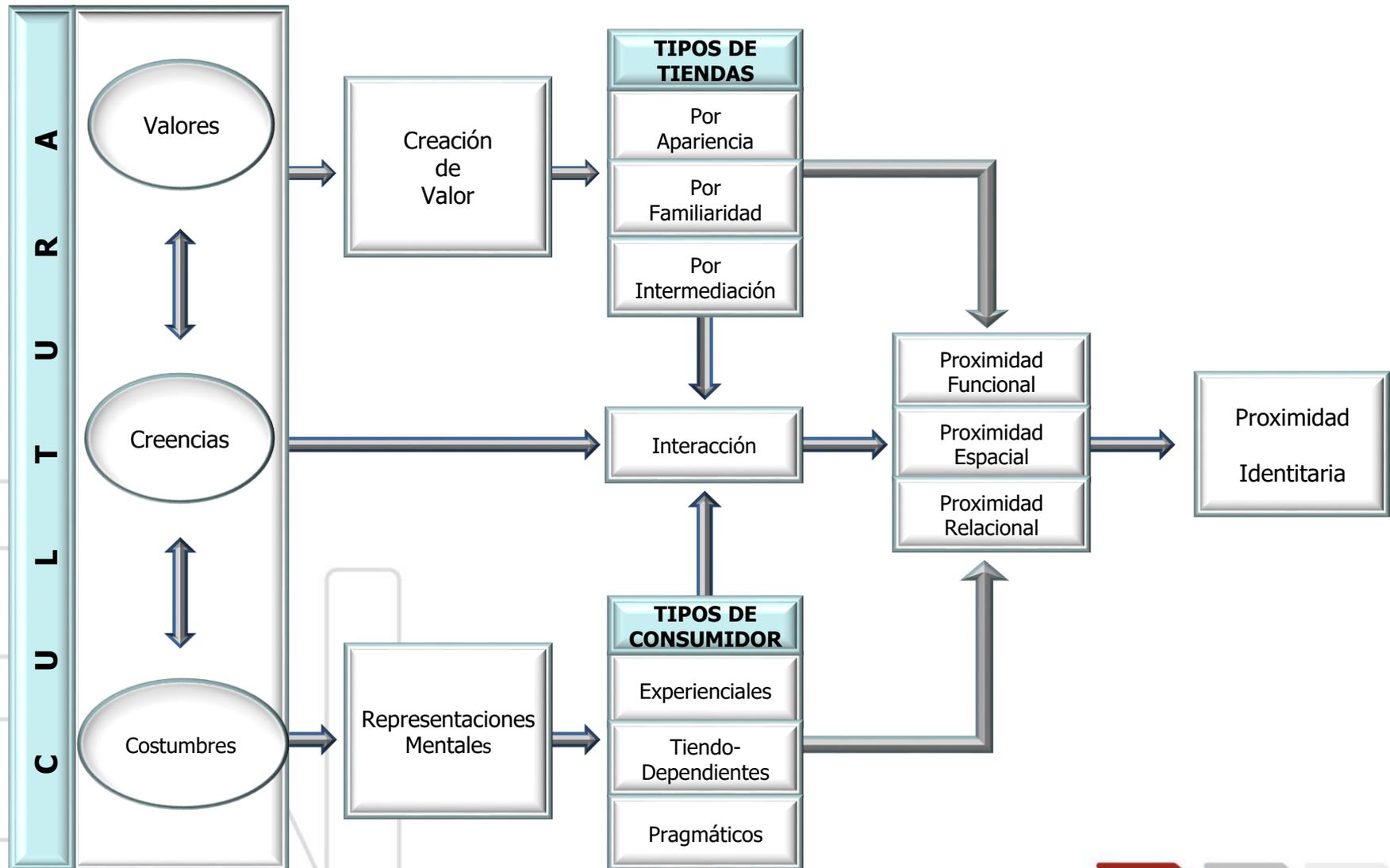


## TIPOLOGÍA DE CONSUMIDORES

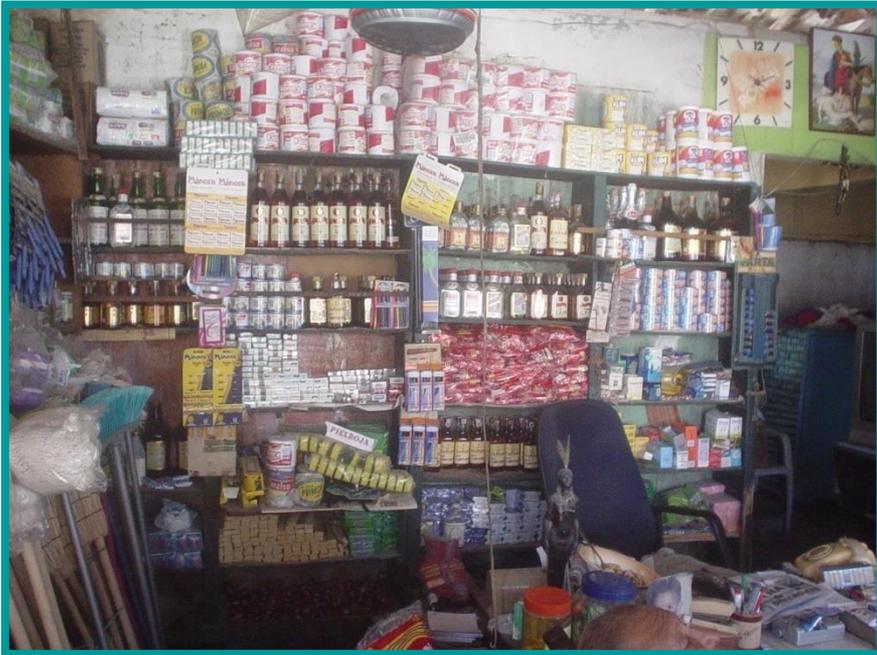
### Pragmáticos

- Utilizador
- Funcional
- Racional
- Cazador



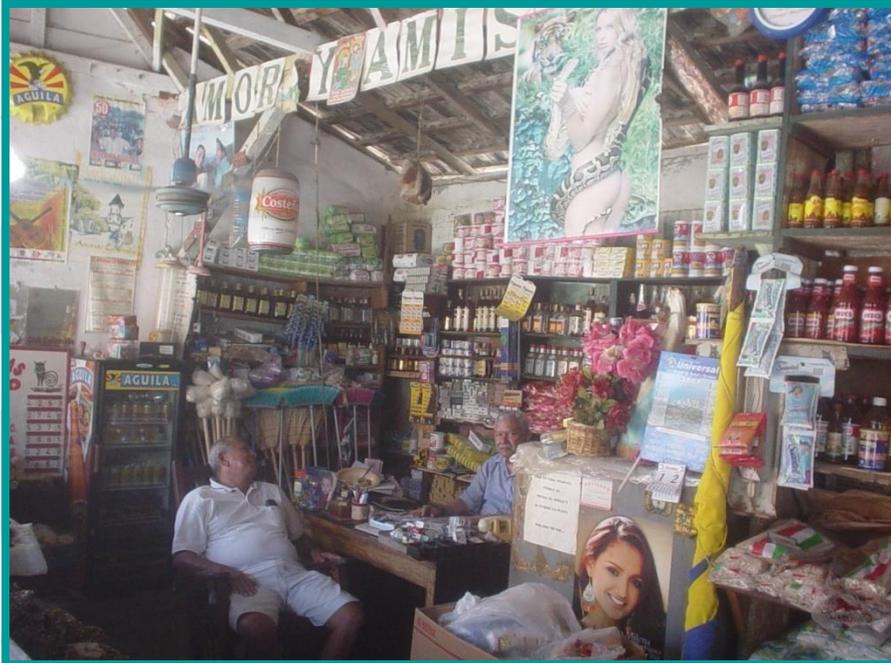






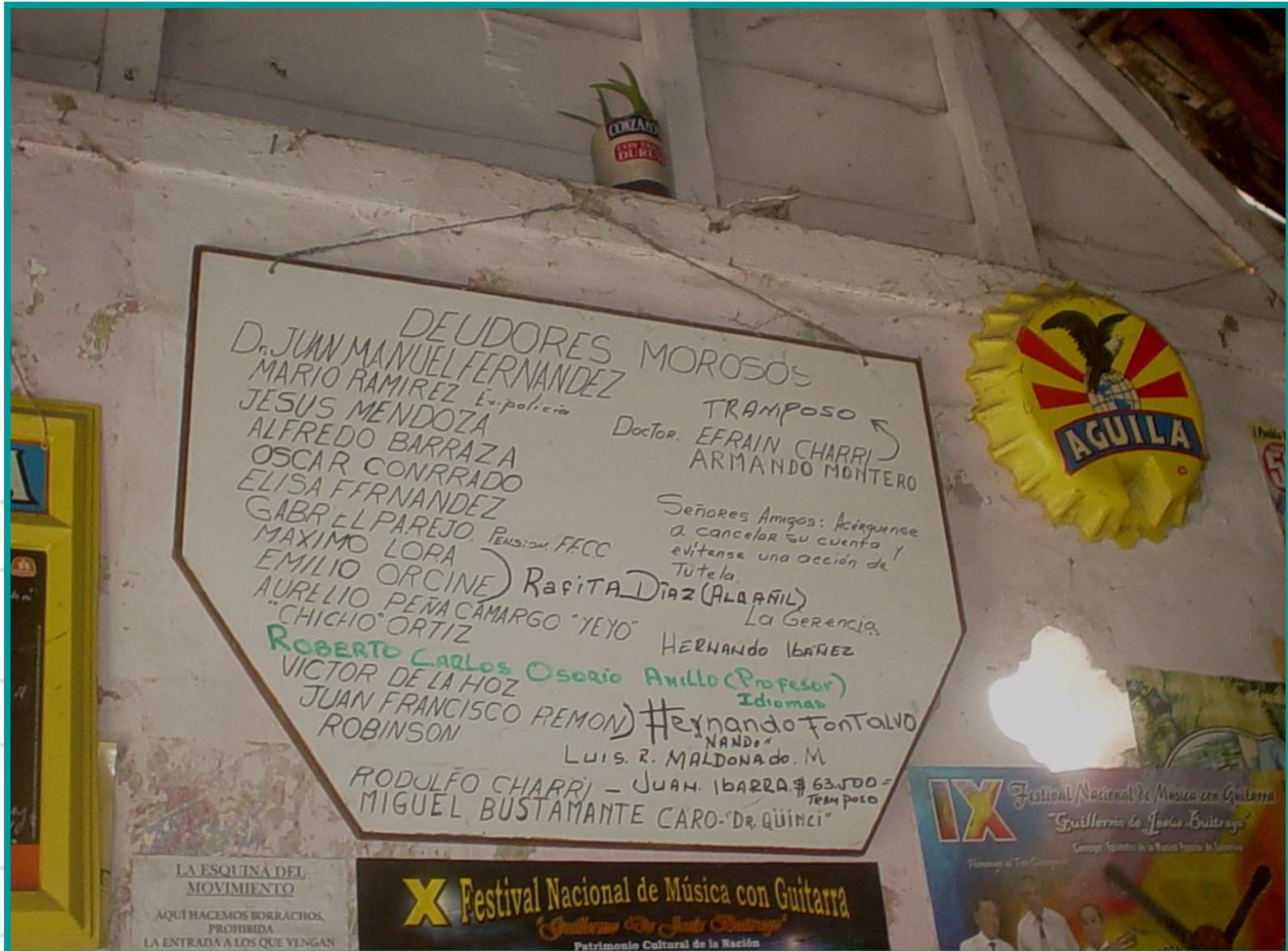
UN







EN



**Y...**

**LO INFALTABLE...**

**MUCHAS GRACIAS !!!**

Dagoberto Páramo Morales  
[dparamo@uninorte.edu.co](mailto:dparamo@uninorte.edu.co)

