

6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo

2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables



Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

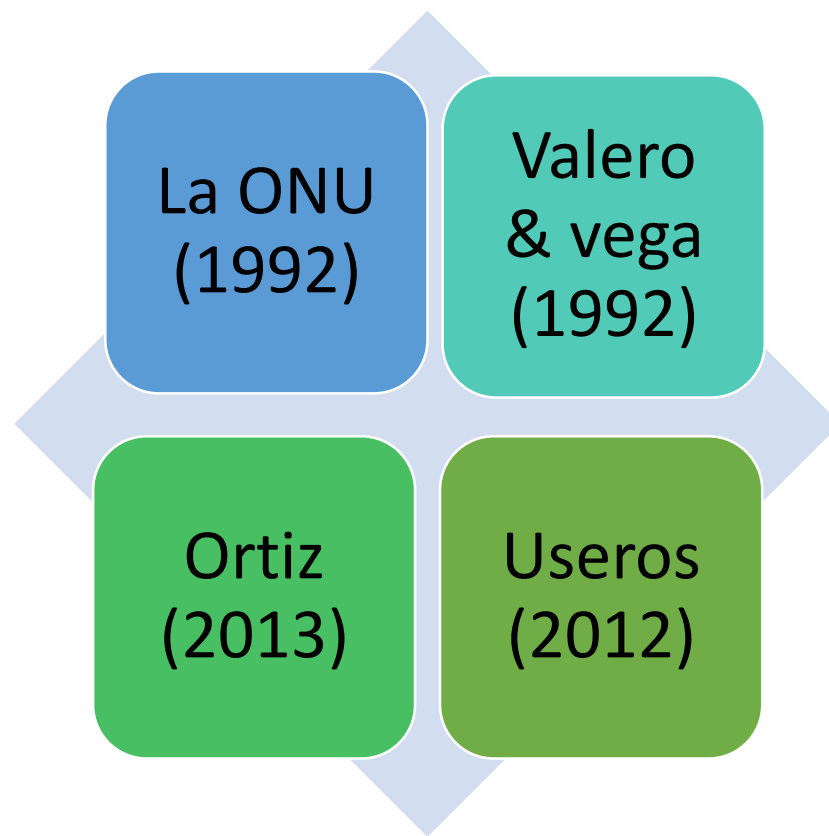
FACTORES DE MOTIVACIÓN QUE INFLUYEN EN EL CONSUMIDOR DE SNACKS AL ELEGIR UN PRODUCTO CON ECOSELLOS.

Alejandra Enriquez Restrepo

Docentes investigadores:

Omaira Mosquera - German Muñoz

INTRODUCCIÓN



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

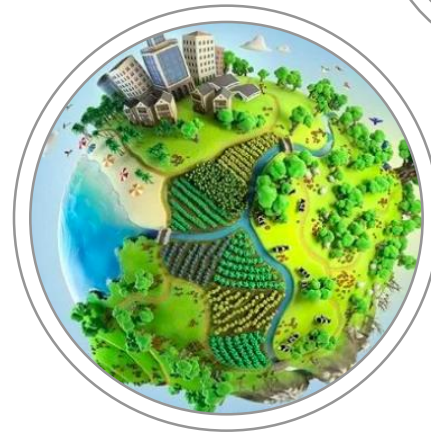
IDENTIFICAR

**¿POR QUÉ CONSUMIR
SNACK CON ECOSELLOS?**

**CAMBIOS SOCIALES Y
TENDECIAS DEL
CONSUMIDOR**

JUSTIFICACIÓN

Cuidado ambiental

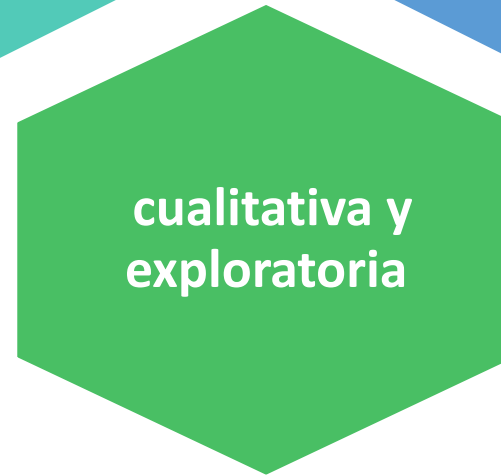
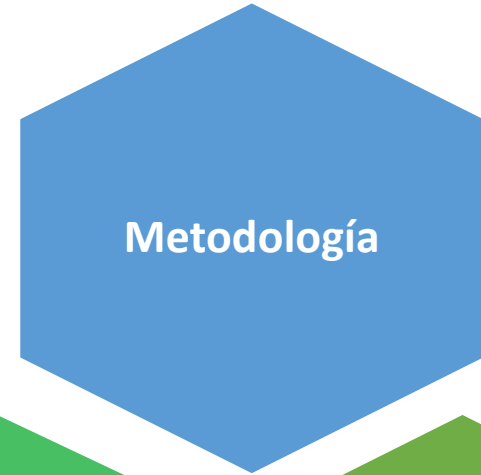


factor
diferenciador



Moncada
2014

DISEÑO METODOLOGICO



OBJETIVO GENERAL

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Identificar factores de motivación en el proceso de compra

snack con ecosellos

1

- Analizar aspectos teóricos y avances

2

- Identificar características

3

- factores de motivación

MARCO TEORICO

1

Consumidor.

Arrellano (2002)

Wisénbit (2005)

Comportamiento del consumidor.

Dubois, B &
Rovira, A (1998)

2

MARCO TEORICO

3

PROCESO DE COMPRA

Aljian (1190)
Cremer & Warfel
(1990)

ECOSSELLOS

Gomez (1995)
E.P.A (1998)

4

MARCO TEORICO

5

SNACK

Clementz, A. &
Delmoro, J. (2011)
Thomas & Eart
(1994)

MOTIVACIÓN

Bisquerra (2000)
Herrera, Ramírez,
Roa & Herrera
(2004)

9

RESULTADOS



"Por la Universidad Libre que Colombia necesita"

PREGUNTAS FOCUS GROUP

1

- ¿Cual es su opinión acerca de los ecosellos?

2

- ¿Cuales son las razones por las que elegiría un snack con ecosellos?

3

- ¿ Tiene autonomía a la hora de elegir snack con ecosellos?

PREGUNTAS FOCUS GROUP

4

- ¿Por qué prefiere los snacks con ecosellos?

5

- ¿Tiene la capacidad adquisitiva para adquirir productos con ecosellos?

6

- ¿Qué tipo de estrategia implementaría para dar a conocer los ecosellos?

CONCLUSIONES PARCIALES

Revisión del marco Teórico

Los estudiantes no poseen la información suficiente sobre el tema

falta de divulgación del significado de los ecosellos


GRACIAS





POR SU ATENCION

REFERENCIAS

- Ardila, I. (2014). Las 12 tendencias del nuevo consumidor según GFK. *P&M (Publicidad & mercado)*. Recuperado desde: <https://www.revistapym.com.co/noticias/mercadeo/las-12-tendencias-nuevo-consumidor-segun-gfk>
- Brioso, L, Y. (2017). ESTUDIO SOBRE LAS MOTIVACIONES DEL CONSUMO DE DIFERENTES “SNACKS”. comparación de dos técnicas sensoriales. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España.
- Bustos, M.J. (2016) NUTRIFRUT snack saludable Parte I - PLAN DE MARKETING Proyecto para optar al grado de Magíster en Marketing Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile
- Castell, I (2016) Desarrollo de un snack en base a legumbres y cereales ecológicos indicado para algunas intolerancias. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España.

- 
- Castaño, R. (2002) Introducción a la metodología de investigación cualitativa. Revista de psicodidáctica. Universidad de País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Vitoria-Gazteis, España.
 - Cajamarca, J. Inga, J. (2012). Determinación de Macronutrientes de los Snacks más consumidos por adolescentes escolarizados de la Ciudad de Cuenca. Cuenca.
 - Ecuador Carasila, C. Milton, A. (2010) Neuromarketing: las emociones y el comportamiento de compra. Perspectivas, (25), 9-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454003.pdf>
 - Cegesti. (N.F). Eco-etiquetas hacia lo sostenible . Costa Rica.

- 
- Cortés, E. García, B. González, C. (N.F). Empaques biodegradables comestibles con actividad antimicrobiana a base de proteína de suero. Universidad Autónoma de Querétaro, C. U. Cerro de las Campanas S/N, Querétaro, Qro. 76010, México.
 - Comisión Europe, (2002) por un futuro mas verde – la unión Europea y el medio ambiente. Dirección General de Prensa y Comunicación Publicaciones B-1049 Brussel/Bruxelles, Belgica.
 - Fischer, L. Espejo, J (2011) mercadotecnia – cuarta edición. Mexico: McGrawHill / interamericana editores, S.A. de C.V
 - Henao, O. Cordoba L. (2007) Comportamiento del consumidor, una mirada sociologica. Entramada, Vol3. Universidad Libre. Cali, Colombia.

- 
- Naranjo, M (2009). motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. Revista educacion Vol 33, num. Universidad de Costa Rica. San Pedro, Costa Rica.
 - Rivera, J. Arellano, R. Molero, V. (2009). Conducta del consumidor: estrategias y políticas aplicadas al marketing. Madrid, España: ESIC.
 - Schiffman, L. Kanuk, L. (2005). Comportamiento del consumidor. México; Pearson Educación.
 - Sánchez, J. (2008). Análisis de los procesos de compras aplicados en restaurantes de la colonia de la paz en Puebla, Puebla, México.
 - Valero, G.M. Vega, A.P (2011). Una aproximación a los ecosellos. Revista activos, 16 y 17, 101-116.