

Valencia

impulsa tu **C**omercio al futuro



¿conocemos a los nuevos consumidores?

Jornada sobre Tendencias en Consumo y Nuevas
Oportunidades de Negocio
3ª Edición

14 de noviembre de 2007



Los expertos en marketing los etiquetan como singles, seniors o dinkis; bohos o geeks; transumers, alfa, hedonistas, híbridos... Pero estos términos revelan un mercado en constante movimiento en el que cada vez más el consumo se asocia a los valores y estilos de vida y que exige nuevos enfoques y un análisis constante de las necesidades de los consumidores.

Esta Jornada se organiza con el **objetivo** de generar un **espacio para el debate y la reflexión** sobre cómo evoluciona la sociedad y de qué forma factores como las nuevas tecnologías, la movilidad, la globalización o la sostenibilidad inciden en los hábitos de consumo y el comportamiento de compra. Además, pretende constituirse en un **laboratorio de análisis de tendencias** que apueste por difundir las nuevas investigaciones sobre los consumidores emergentes y su repercusión en el mercado.

P
r
e
s
e
n
t
a
c
i
ó
n



09:00 Recepción de asistentes y entrega de documentación.

09:30 Presentación de las Jornadas.

D. Agustín Rovira Lara.
Director de la Oficina Pateco del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana.
D. Vicente Lluch Crespo.
Jefe Servicio Comercio Interior y Turismo. Cámara de Comercio de Valencia.

09:45 Ponencia inaugural: Ética y consumo, hacia el consumo responsable.

D. Roberto Ballester Fullerat.
Gerente de la Fundación ETNOR. Fundación para la Ética de los Negocios y de las Organizaciones.
Uno de los campos fundamentales de la esfera económica actual es el consumo, por lo que si queremos comportarnos como consumidores responsables tendremos que responder a las cuestiones acerca de qué se consume, para qué y quién consume. La respuesta a estas cuestiones debe facilitar el desarrollo de un consumo que sea justo, prudente y feliz.

10:30 Las emociones en el comportamiento de compra.

Dña. Luisa Andreu Simó.
Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados, Universitat de València.
Las emociones son importantes a la hora de comprender el comportamiento del consumidor. Su experiencia de compra puede suscitarle ciertas emociones que influyen en la satisfacción y comportamiento. Estas emociones pueden estar provocadas no sólo por la compra que realiza, sino de la interacción con los empleados y factores ambientales. Tras señalar la importancia de las emociones, en esta ponencia se presenta la valoración de los consumidores de los elementos que conforman el entorno comercial, con el fin de analizar la importancia y adecuación de los mismos, así como su incidencia en las emociones. Asimismo, se analizan los efectos de las emociones y satisfacción en la lealtad hacia el entorno comercial.

11:15 Pausa-café.

11:45 Homo consummator: pensamientos, valores y tendencias.

D. Ismael Quintanilla Pardo.
Director de la Unidad de Investigación de Psicología y de Economía y Consumo de la Universidad de Valencia.
El ciudadano de finales del siglo XX es un homo consummator, un hombre consumidor. Las personas adquieren la mayor parte de su papel como ciudadanos, ante sí mismos y ante los otros, a través de un complejo entramado de relaciones sociales, culturales y económicas cuya máxima expresión es el mercado. Lo que el ahora representó en la Grecia clásica y la comunión religiosa y mística en la Edad Media cristiana lo es el mercado en la sociedad actual, la sociedad de la instantaneidad.

12:30 El consumidor paradójico.

D. Roberto Luna Arocas.
Doctor en Psicología Social. Profesor Titular del Departamento de Dirección de Empresas. Universidad de Valencia.
El consumidor siempre será un tema de debate, tanto desde el punto de vista científico como desde el punto de vista de la consultoría. Desde la ciencia se elaboran modelos que intentan aproximarse al "consumidor" en su toma de decisiones diaria. Desde la consultoría se analiza el comportamiento de consumo vinculado a productos o servicios. Desde ambas perspectivas, llama la atención la falta de información real sobre la toma de decisiones del consumidor. En esta ponencia se pretende analizar las falsas creencias del consumidor que hacen que consuma de un modo diferente a lo que técnicamente se había planificado.



13:15 Transhumers: culturas de la movilidad y el consumo.

D. Francesc Muñoz Ramírez.
Director del Observatorio de la Urbanización. Universitat Autònoma de Barcelona.
La dispersión de la urbanización ha ido de la mano de una creciente movilidad de las poblaciones metropolitanas. Los usos y actividades urbanas, antes concentrados en la ciudad central aparecen hoy día diseminados en el territorio. Una cultura de la movilidad y el desplazamiento entre lugares –de residencia, trabajo, estudio u ocio– se ha desarrollado en paralelo a la multiplicación de los paisajes del consumo y la movilidad que utilizamos de forma cotidiana. Estos espacios del transhumer ofrecen la certeza de un comportamiento análogo independientemente del lugar y se corresponden con nuevos fenómenos culturales –como el uso del teléfono móvil– y con procesos territoriales aún poco reconocidos como la proliferación de las salas multiplex, las gasolineras-tienda o los aeropuertos low cost.

14:00 Almuerzo de trabajo.

16:30 Vivir solo, los hogares unipersonales singles y seniors.

Dña. Ana Berdié Gabas.
Directora de Marketing & Product Development de TNS Worldpanel.
Los modelos familiares han cambiado. Los tipos de hogares se diversifican y el peso de los hogares unipersonales es cada vez mayor. Pero no todos los hogares unipersonales responden al mismo patrón de consumo, sino que encontramos diferentes segmentos de consumidores con valores, necesidades y comportamientos diferenciados.

17:15 Futuré: una aproximación al consumidor que ya vive en el futuro.

D. Víctor M. Huertas López.
Director de investigación de Método Helmer y Profesor asociado de marketing e investigación de tendencias en la Facultad de Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid.
Hay un grupo de consumidores que hacen de la innovación el eje central de su estilo de vida. Esto se refleja en sus deseos, en los riesgos que deciden afrontar en sus vidas, lo que les hace especiales y fuera del alcance de la investigación tradicional. Es necesario innovar en la manera de observar la vida para entender a los consumidores y analizar sus motivaciones y sus expresiones. De esta forma seremos capaces de aproximarnos a los consumidores que ya viven el futuro, permitiéndonos adelantarnos al presente.

18:00 "Alimentación 2010": tendencias de consumo en el sector alimentario.

Dña. Victoria Crespo Navarro.
Directora de Proyectos. Área de Logística y Distribución Comercial. Institut Cerdà.
El estudio "Alimentación 2010" identifica las tendencias del sector agroalimentario y evalúa su incidencia en las relaciones entre los agentes de la cadena, analizando factores como la aparición, introducción y gestión de nuevos productos; las nuevas tendencias y cambios en el consumo alimentario; el transporte, la logística y la gestión de la información; la gestión medioambiental en los distintos eslabones de la cadena agroalimentaria y la relación entre comercio y territorio.

18:45 Cierre de las Jornadas.

Dña. Silvia Ordiniaga Rigo.
Directora General de Comercio y Consumo de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación.
D. Salvador Ferrandis Sanz.
Presidente de la Comisión de Comercio Interior de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.

**Dirigido a:**

Profesionales de la investigación de mercados, directores de marketing y comunicación, técnicos, empresarios de la distribución comercial, investigadores y estudiantes interesados en el conocimiento del comportamiento del consumidor y las tendencias en consumo.

**Fecha celebración:**

14 de noviembre de 2007.
De 9:00 h a 18:45 h.

**Lugar de celebración:**

Salón de Actos de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia (nueva sede).
Valencia
C/ Jesús nº 19

**Inscripción:**

100€ (incluye la asistencia a la jornada, material de trabajo, coffee-break y almuerzo).

70 € (incluye la asistencia a la jornada, material de trabajo y coffee-break. Almuerzo no incluido).

Los estudiantes menores de 25 años que así lo acrediten podrán tener acceso gratuito a la jornada (no incluye almuerzo). Por necesidades de aforo se establecerá un cupo limitado de inscripciones de este tipo atendiendo a sus méritos y al orden de inscripción. Para este tipo de inscripciones tendrán que enviar fotocopia del DNI y Curriculum Vitae.

El pago se efectuará mediante ingreso del importe en la cuenta nº 2077 0010 52 6600002871 especificando la persona que asistirá a la jornada.

El plazo de inscripción finaliza el 12 de noviembre de 2007

Las plazas están limitadas al aforo del local, por lo que la admisión se realizará por orden de inscripción.

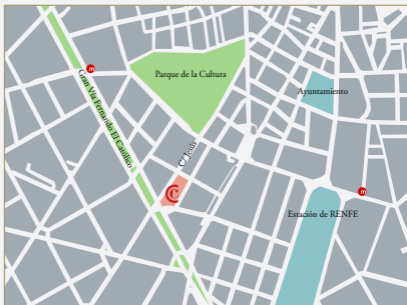
Secretaría Técnica: Factoría de Servicios. Tel. 96 333 28 18

Más información:

www.pateco.es

I
N
S
C
R
I
P
C
I
O
N
E
S





Cámara
Valencia

Cámaras
Comunidad Valenciana

Organiza:



Pateco

Patrocina:



GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'INDÚSTRIA, COMERÇ I INNOVACIÓ