

Jornadas sobre Tendencias en Consumo y Nuevas Oportunidades de Negocio



LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA



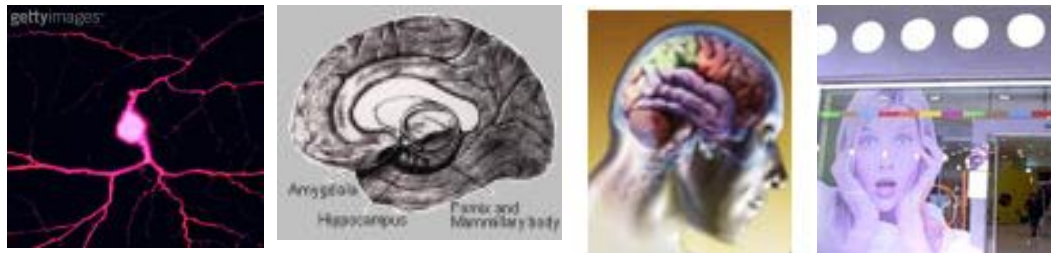
VNIVERSITAT Q VALÈNCIA

LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Presentación del tema

Emociones

El ser humano busca y experimenta emociones en las situaciones de consumo.
Simultaneidad entre lo funcional y el valor emocional.
Interés actual en las emociones: vínculo emocional con los clientes.



El cerebro se moldea en función de los estímulos que recibe → percepción, memoria y aprendizaje.

→ Importancia de las emociones en el comportamiento de compra

LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Presentación del tema

Comportamiento de compra del consumidor individual

Conjunto de actividades (cognitivas, emocionales y acciones físicas) que las personas desarrollan cuando buscan, compran, evalúan, usan y disponen de los bienes con el objeto de satisfacer sus necesidades y deseos.

- El *estudio de compra*, con todas las actividades desarrolladas para obtener un bien/servicio, incluido su pago.
- El *comportamiento de uso o consumo final* de los bienes y servicios adquiridos por uno mismo o por terceras personas.
- Los *factores internos y externos al individuo* que influyen en el proceso de compra y en el uso o consumo del producto adquirido.

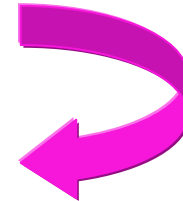
→ Importancia de las emociones en el comportamiento de compra

LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Presentación del tema

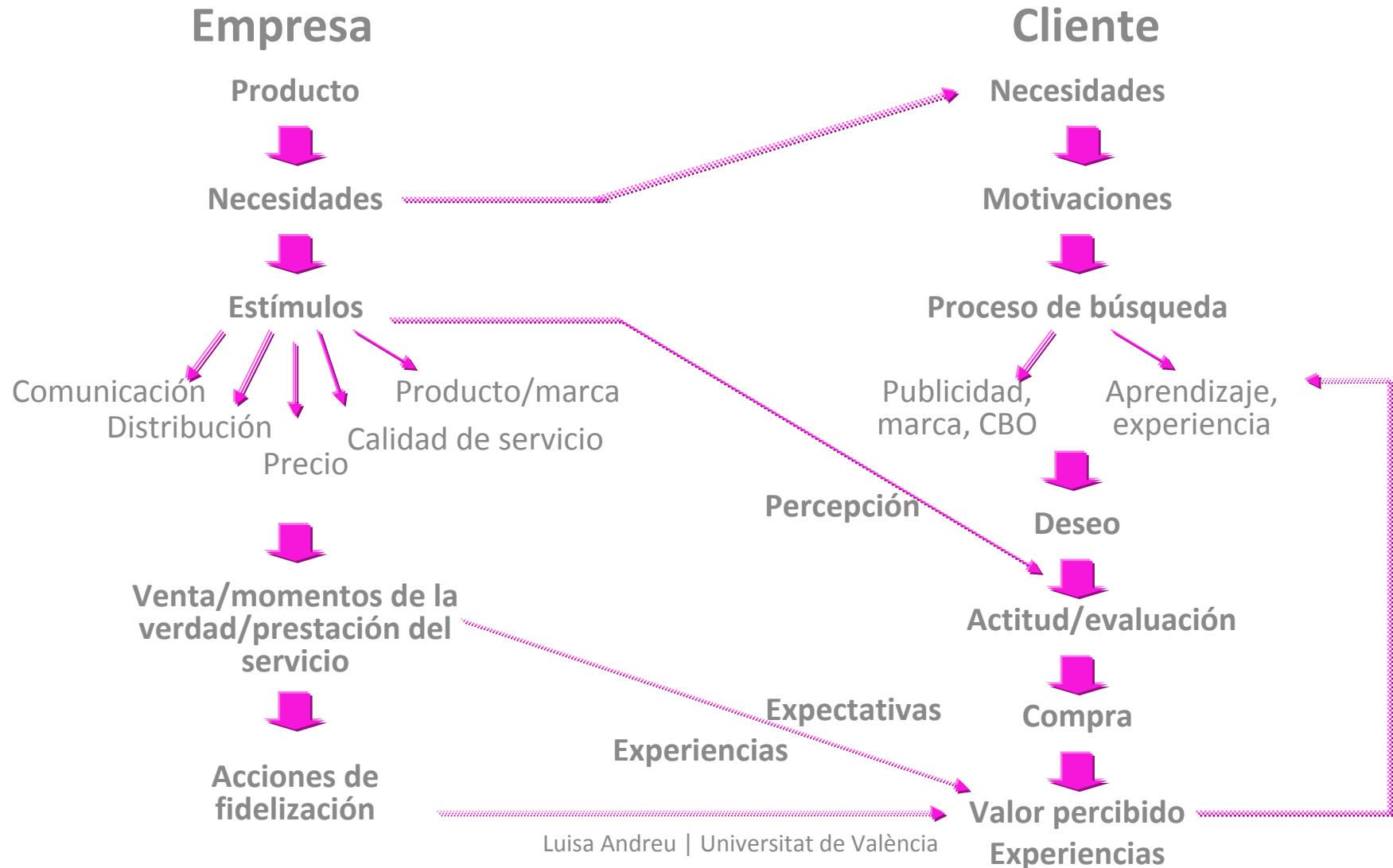
Contenidos

1. El comportamiento de compra del cliente
2. Emociones del consumidor
 - ¿qué son?
 - ¿cómo se miden?
 - ¿a qué se atribuyen?
 - ¿cuáles son sus efectos?
3. Experiencia de compra del cliente
4. Estudio: Emociones del cliente en el comercio



LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

1. El comportamiento de compra



2. Emociones del consumidor

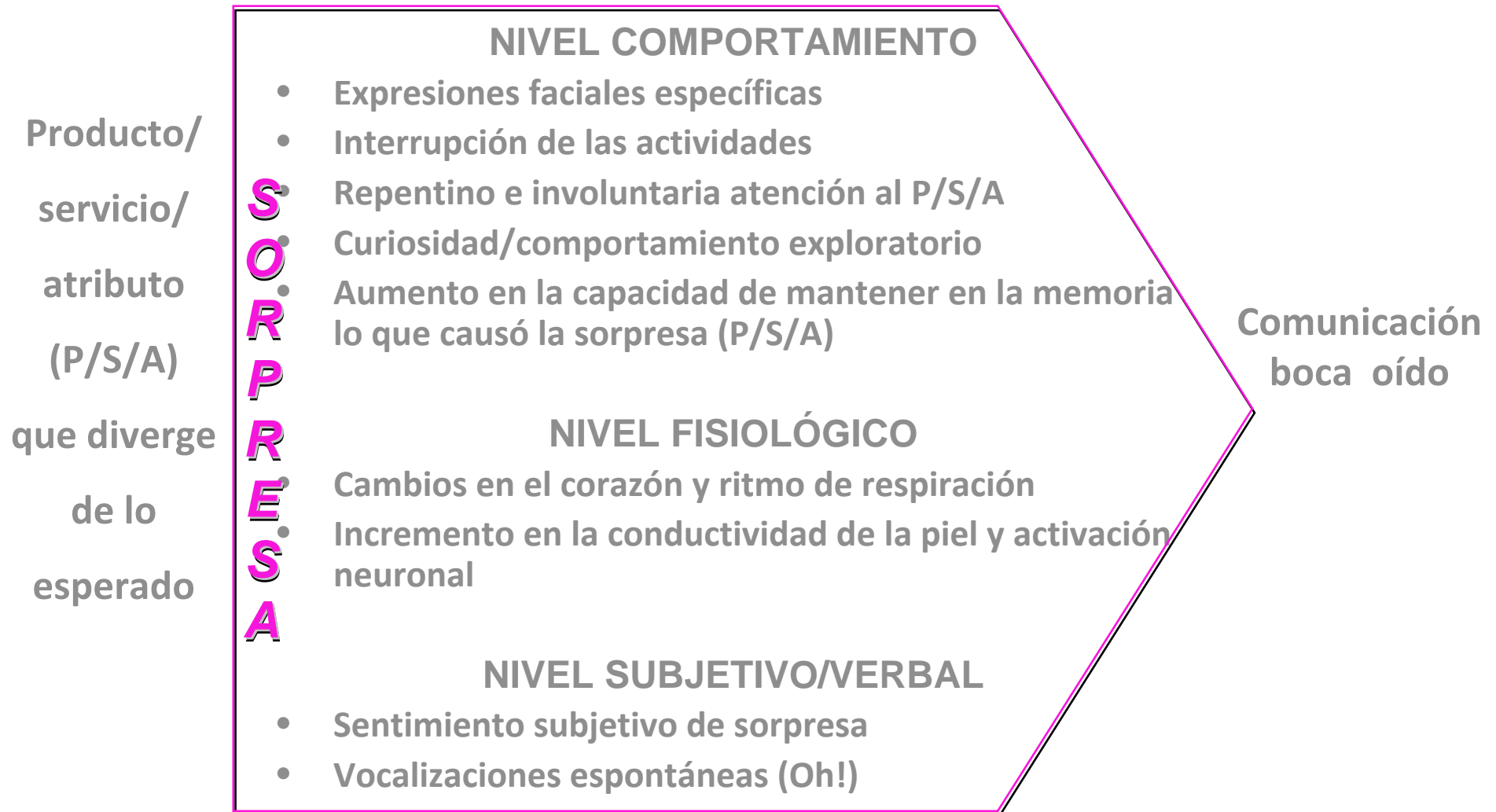
¿Qué son las emociones?

Estado mental de activación que surge derivado de las **evaluaciones cognitivas** de situaciones (...) unido a **procesos fisiológicos**, se expresa a menudo físicamente y pueden resultar en **acciones** específicas para manifestar públicamente o hacer frente la emoción, en función de su naturaleza y significado para la persona implicada”

(Bagozzi, Gopinath y Nyer, 1999, p. 185)

LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

2. Emociones del consumidor



LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA



Fuente: Plutchik (1980)

2. Emociones del consumidor

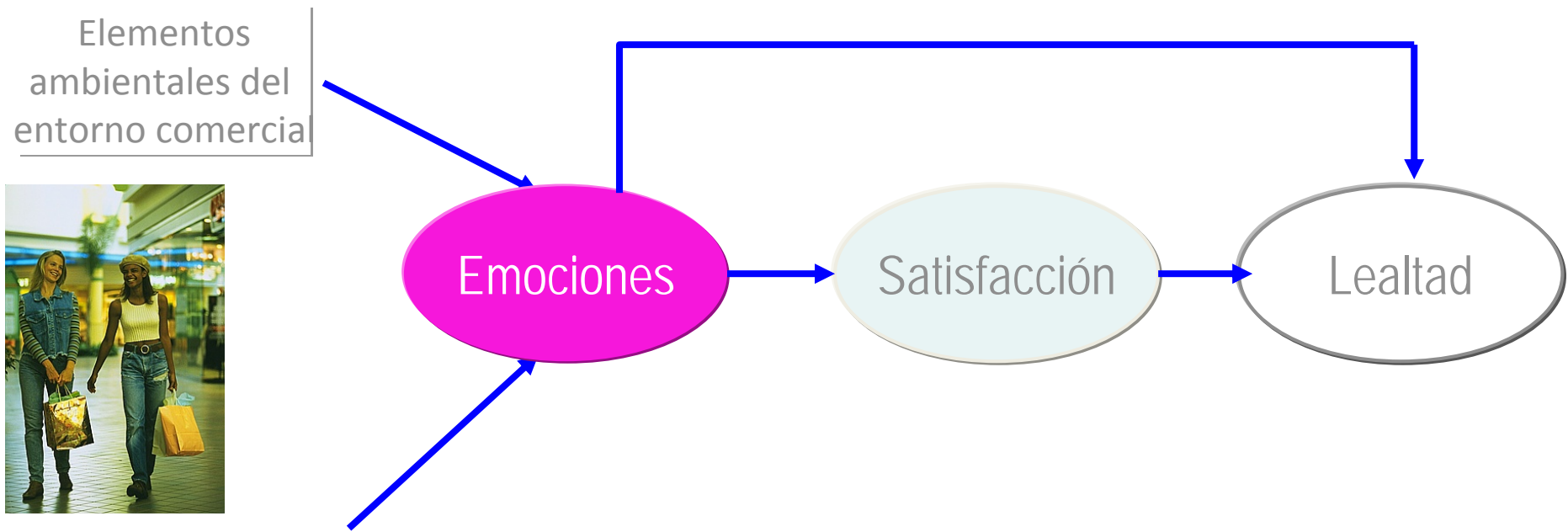
Medición de las emociones

- ✓ Medidas psico-fisiológicas (medidas electrodermales, medidas del sistema circulatorio, encefalograma) a través de un polígrafo.
- ✓ Métodos de observación
- ✓ Técnicas de neuroimaging (fMRI, TOFD, ...)
- ✓ Entrevistas basadas en la generación de metáforas y analogías (por ejemplo, interpretación de imágenes)
- ✓ Cuestionarios autoadministrados:
 - ➔ Enfoque discreto: Escala de emociones diferenciales (Izard, 1977)
 - ➔ Escalas semánticas: Escala PAD (+4, -4) de Mehrabian y Russell (1974); Escala CES (4 puntos) de Richins (1997)

LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

2. Emociones del consumidor

Esquema de las influencias de las emociones y satisfacción en la lealtad



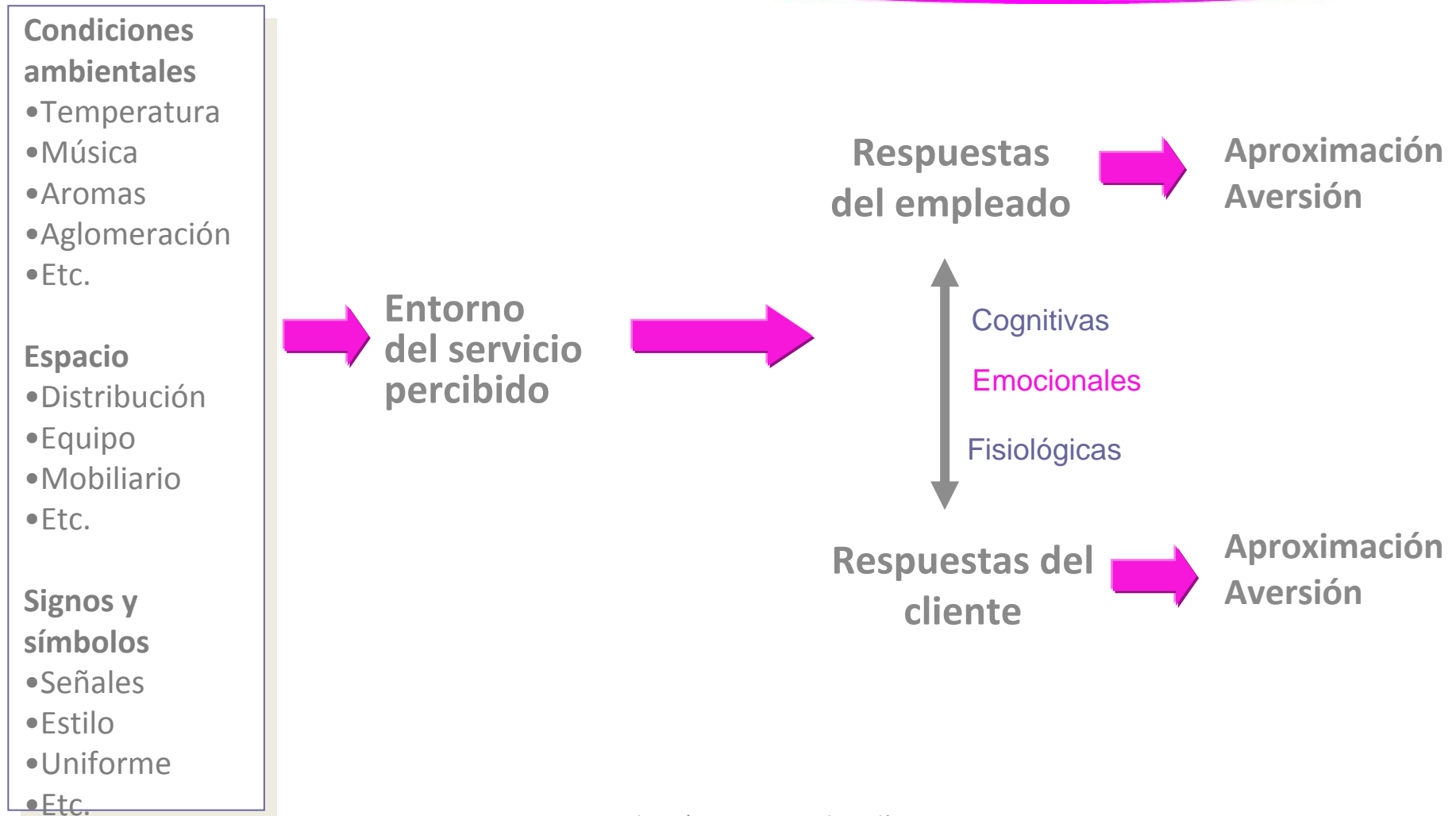
Atribución de las emociones

- Compras realizadas
- Entorno comercial y empleados

Fuente: Bigné y Andreu (2004)

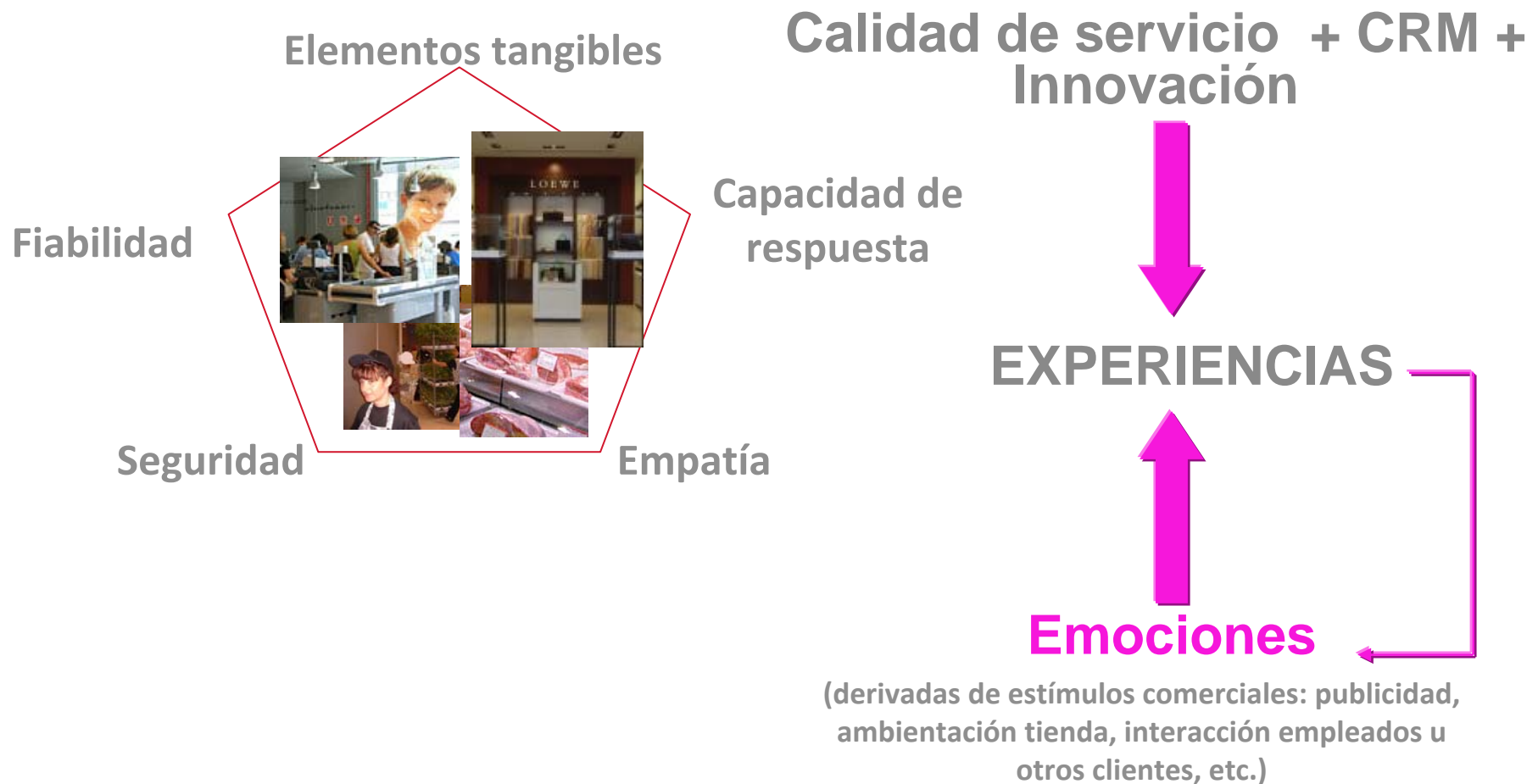
LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

3. Experiencia de compra del cliente



LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

3. Experiencia de compra del cliente



4. Emociones del cliente en el comercio

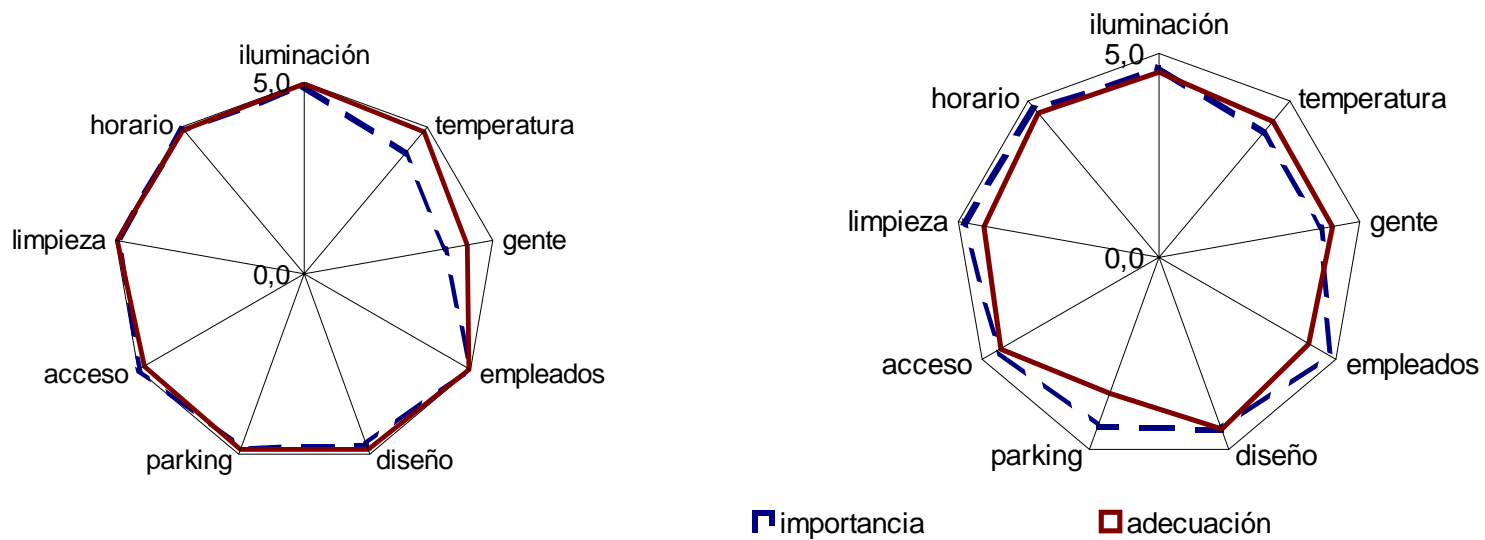
Objetivos de la investigación

1. Valoración de los consumidores de los elementos que conforman el entorno comercial
 - ➔ importancia y adecuación de los elementos
 - ➔ incidencia en las emociones del consumidor.
2. Causas que originan los sentimientos de los clientes en función de las atribuciones que ellos mismos realizan y su relación con las emociones.
3. Efectos de las emociones y satisfacción en la lealtad hacia el entorno comercial.

LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

4. Emociones del cliente en el comercio

Elementos ambientales del entorno comercial

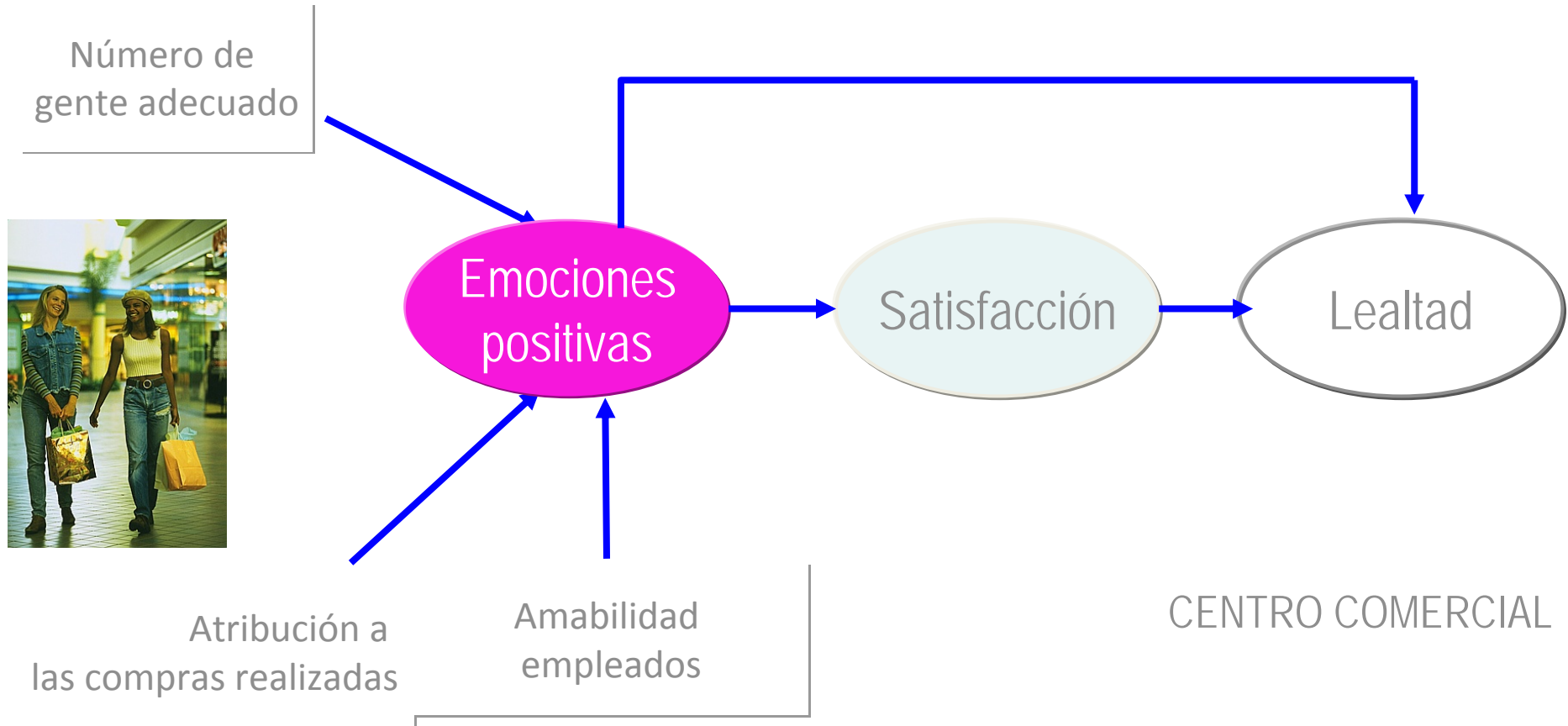


Centro comercial

Centro urbano

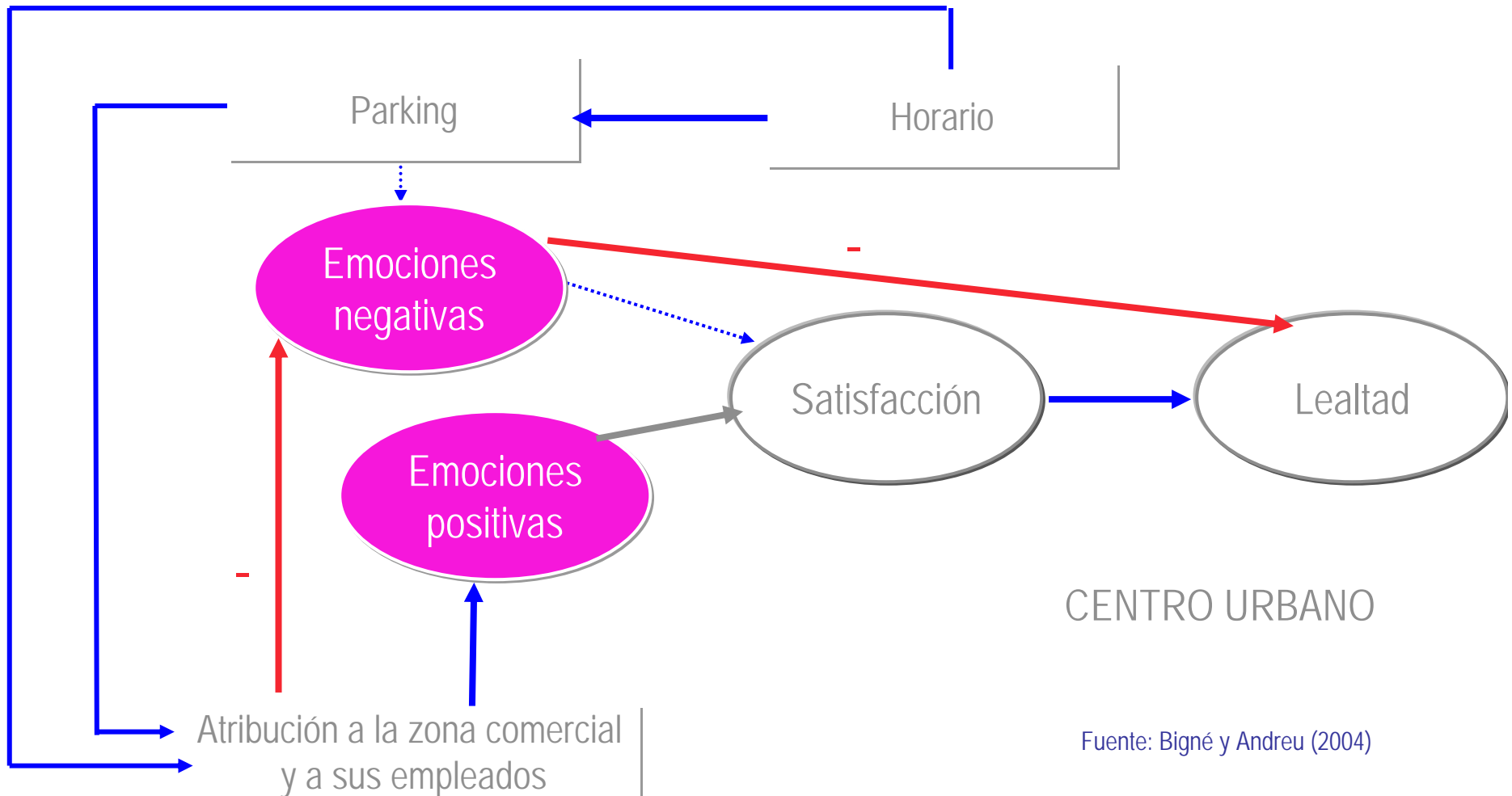
LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

4. Emociones del cliente en el comercio



LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

4. Emociones del cliente en el comercio



Jornadas sobre Tendencias en Consumo y Nuevas Oportunidades de Negocio



LAS EMOCIONES EN EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Correo electrónico: Luisa.andreu@uv.es

VNIVERSITAT Đ VALÈNCIA