

# ¿Cómo venderle a un Centennial a través del Neuromarketing ético?

---

**AREANDINA**  
Fundación Universitaria del Área Andina

# INTRODUCCIÓN



- Los Centennials (1995-2010), son un segmento con conductas de compra y percepciones cambiantes y difíciles de satisfacer, por lo que surge la necesidad de generar información acerca de ellos y así mismo, hallar la manera de conquistarlos de manera ética a través del Neuromarketing.

## OBJETIVO GENERAL

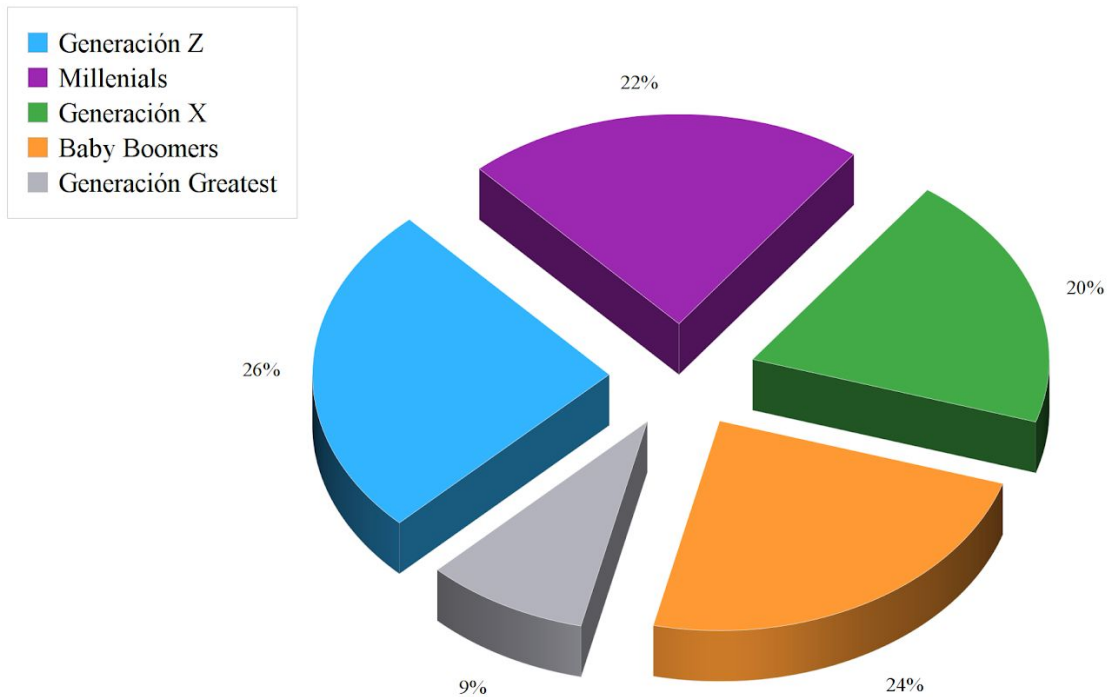
- Identificar diferentes comportamientos, hábitos y conductas de consumo de los centennials, así como técnicas adecuadas de neuromarketing para conquistar a esta generación de manera ética.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la conducta consumista del centennial
- Identificar técnicas de neuromarketing éticas
- Crear estrategias para satisfacer las necesidades de los centennials de manera ética



# JUSTIFICACIÓN



- Millennials y centennials componen el grupo demográfico más grande del mundo
- Aproximadamente 4,4 billones de personas.
- 2 billones de millennials y 2,4 billones de centennials (22% y 26% de la población mundial respectivamente)

*Elaboración propia a partir de información de:*  
[marketingland.com](http://marketingland.com)

# REFERENTE TEÓRICO

- Centennial

Generación comprendida entre los nacidos en el año 1996 hasta los nacidos en el año 2010. (Educación 2017)

- Neuromarketing

Aproximadamente el 90% de las decisiones de un ser humano están tomadas de manera no consciente, y tan solo del 10% se ocupa la mente consciente (Braidot, 2018)

- Ética

La ética se entiende como la atención reflexiva y teórica, a la moral en uno u otro plano. (Vásquez, 2000)



# TEORÍA DE LOS TRES CEREBROS- Paul Maclean

Responsable de la aparición de las emociones asociadas a cada una de las experiencias que se viven

**CEREBRO LIMBICO**



**NEOCORTEIX  
(EL NUEVO CEREBRO)**

Es el hito evolutivo más reciente del desarrollo del cerebro. Es la sede de la racionalidad en el sistema nervioso. Permite la aparición del pensamiento sistemático y lógico

**CEREBRO REPTILIANO  
(EL CEREBRO VIEJO)**

Responsable del mantenimiento de las funciones necesarias para la supervivencia inmediata

# MÉTODO

Al ser esta investigación basada en comportamientos humanos y características de los mismos, realizamos un análisis cualitativo, el cual se llevó a cabo a través de encuestas abiertas semi estructuradas, realizadas a 150 personas

---



Si queremos hacer una compilación de características de los centennials, sería la siguiente:

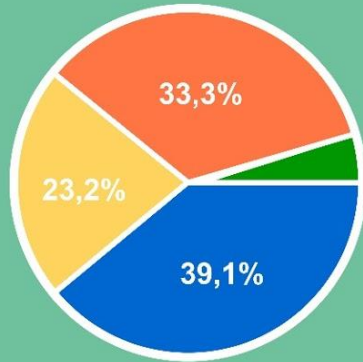
- Han nacido con internet y son intuitivos con las nuevas tecnologías.
- Son personas altamente proactivas, con alma de emprendedores y sumamente creativos.
- No les gusta la educación “tradicional”, prefieren las cosas más prácticas y rápidas, trasladadas a un ámbito más cotidiano.
- Invierten la mayor parte de su tiempo libre haciendo uso de las redes sociales.



# ANÁLISIS DE RESULTADOS (150 respuestas)

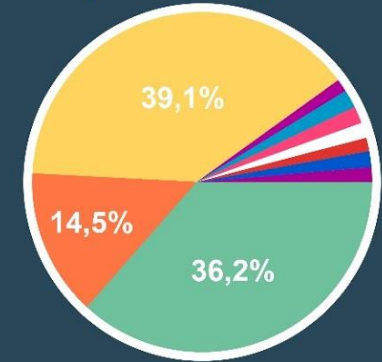
¿En qué red social considera que pasa la mayor parte del tiempo?

- Instagram
- Facebook
- WhatsApp
- Twitter
- Snapchat

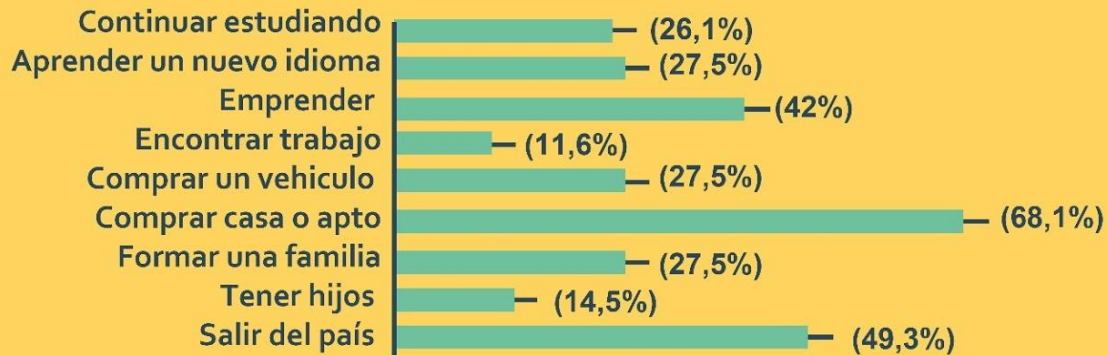


¿Qué red social es la que más utiliza para comprar?

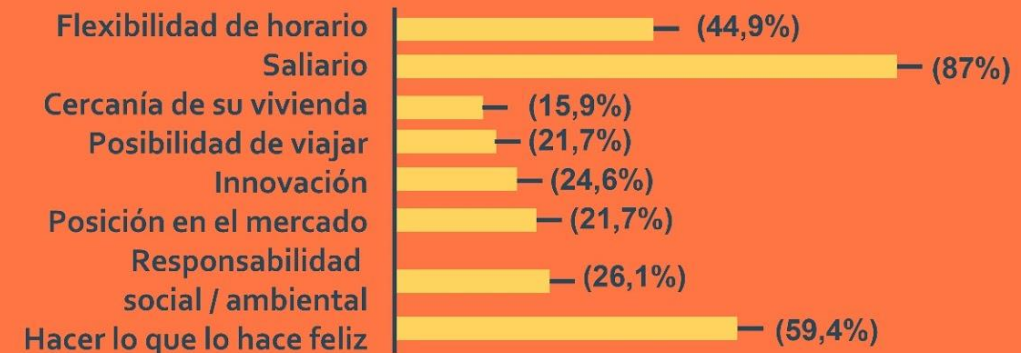
- Instagram
- Facebook
- WhatsApp
- Mercado Libre
- No compro por internet
- Ninguna
- Amazon
- Diferentes páginas de comercio elect...



¿Cuáles considera que son objetivos a LARGO plazo? (marque máximo 3)



¿Qué factores influyen en usted a la hora de trabajar en una compañía? (marque máximo 3)



# CONCLUSIONES

---

**AREANDINA**

Fundación Universitaria del Área Andina



**ENISI 2019**  
VALLEDUPAR - CESAR  
[WWW.REDCOLSI.ORG](http://WWW.REDCOLSI.ORG)

**Ponente:**  
Maycolt Cano Castillo




**Proyecto**  
¿Cómo venderle a un Centennial a través del neuromarketing ético?  
Semillero Human Purszing

Negocios Internacionales - Sede Bogotá




Fundación Universitaria del Área Andina




**ENISI 2019**  
VALLEDUPAR - CESAR  
[WWW.REDCOLSI.ORG](http://WWW.REDCOLSI.ORG)

**Ponente:**  
Camila Stephany Martínez Prada



**Proyecto**  
¿Cómo venderle a un Centennial a través del neuromarketing ético?  
Semillero Human Purszing

Negocios Internacionales - Sede Bogotá



Fundación Universitaria del Área Andina





---

**AREANDINA**

Fundación Universitaria del Área Andina