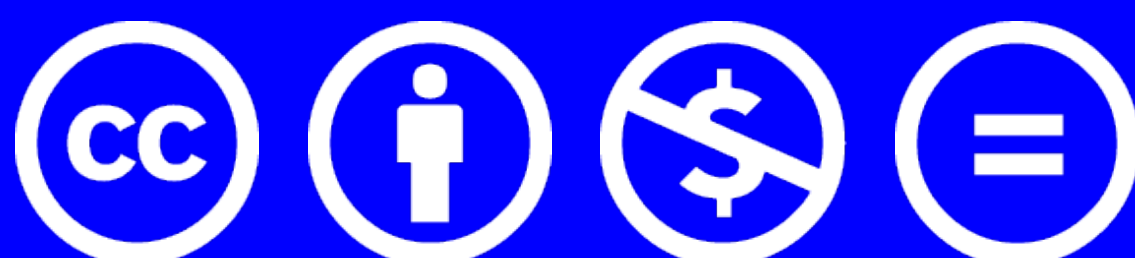




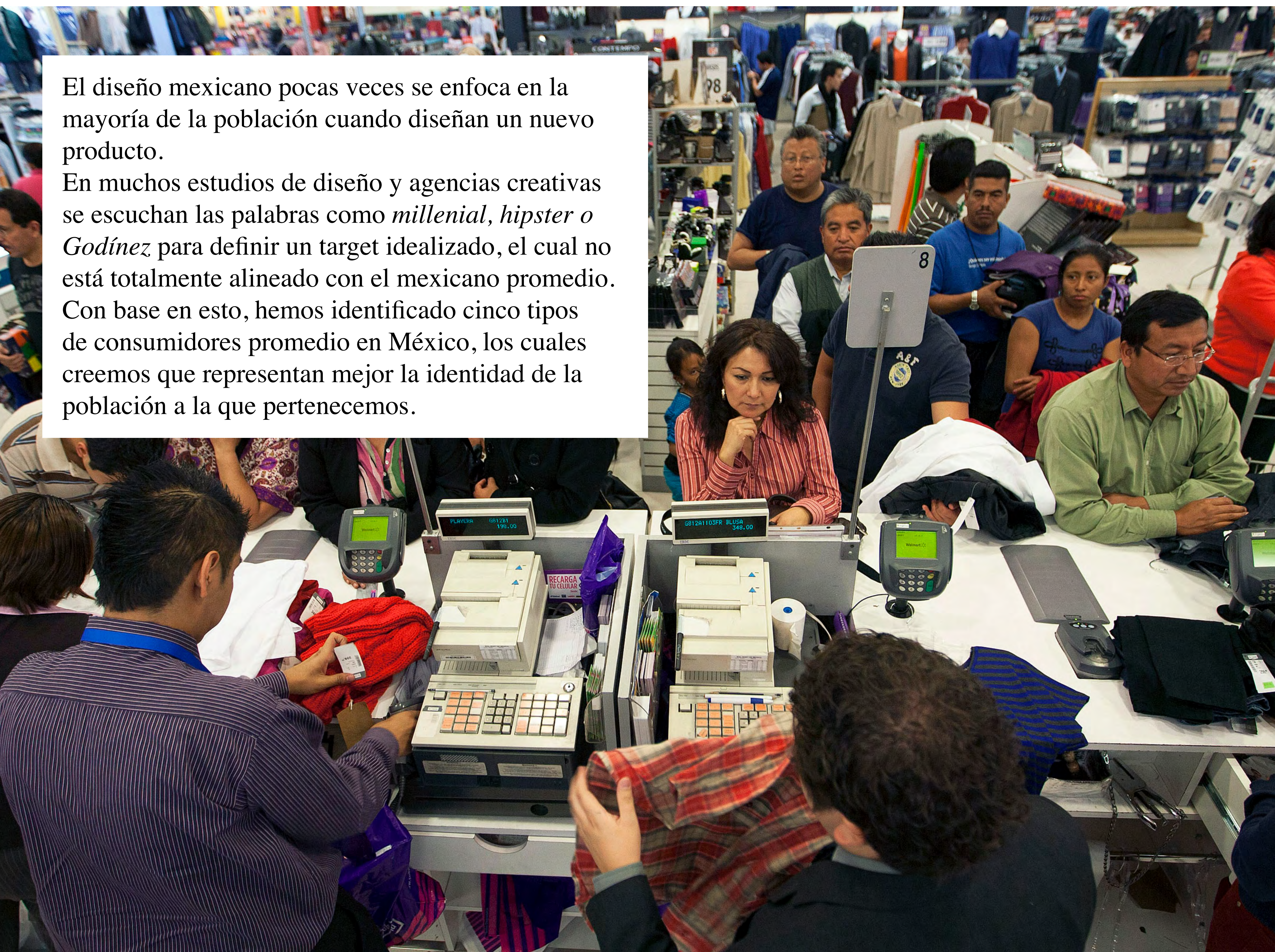
Studio José de la O

5 Consumidores Mexicanos

Licensed by Creative Commons under:
Attribution-NonCommercial-NoDerivatives
4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)



El diseño mexicano pocas veces se enfoca en la mayoría de la población cuando diseñan un nuevo producto. En muchos estudios de diseño y agencias creativas se escuchan las palabras como *millennial*, *hipster* o *Godínez* para definir un target idealizado, el cual no está totalmente alineado con el mexicano promedio. Con base en esto, hemos identificado cinco tipos de consumidores promedio en México, los cuales creemos que representan mejor la identidad de la población a la que pertenecemos.



El Consumidor Mexicano

Existen varios factores internos y externos que influyen al consumidor mexicano promedio. Se puede hablar desde la crisis económica y desempleo en nuestro país, por ejemplo, hasta del entorno mundial en que nos conecta con noticias globales que se expanden en segundos y provocan una constante sensación de catástrofe y desolación. El consumidor mexicano actual tiene menos esperanza de salir adelante e intenta conformarse con lo que puede acceder a consumir; se convence a él mismo de que lo que tiene es lo mejor que puede tener, o lo disfraza de forma romántica con sus fantasías.

La idea de que el consumidor mexicano consume lo que consume porque “es lo que hay” y “para lo que le alcanza”, es verdad. Éste vive dentro de un nivel socioeconómico mucho más bajo que las culturas que lo influyen directamente: la americana o europea. Y, al vivir en una incertidumbre económica causadas en parte por los constantes cambios de gobierno en el poder, el mexicano tiende a aprovechar al máximo el ahora.

Para cumplir sus gustos y necesidades, el consumidor mexicano adapta las tendencias existentes con lo que tiene a la mano, rodeándose de sustitutos. Se apropia la tendencia dentro de su propio contexto mientras la distorsiona y la exagera de una forma ridícula hasta caricaturizarla.

Inconscientemente, el consumidor mexicano crea

su propia tendencia, no le interesa verse como la versión original o, más bien, ni siquiera la conoce. Sus referencias vienen de una subcultura mexicana que crearon su propia versión de la tendencia. La fuerte influencia de tribus urbanas como los chakas, cholos y emos, entre otras, son las que se encargan de modificar la cultura popular global y adaptarla con sus propios recursos. La influencia del entretenimiento del consumidor mexicano, como las telenovelas ingenuas o, su contraparte masculina, el fútbol nacional, funcionan como un medio donde se define la aspiración el deseo. Por otro lado, las series cómicas americanas dobladas al español transmiten una visión distorsionada y diluida de un paradigma americano que de por sí es difícil de entender, pero el consumidor mexicano lo acepta y, como todo lo demás, lo adapta a su realidad y lo reinterpreta como mejor le parece.

1. ASPIRATIONAL DREAMER



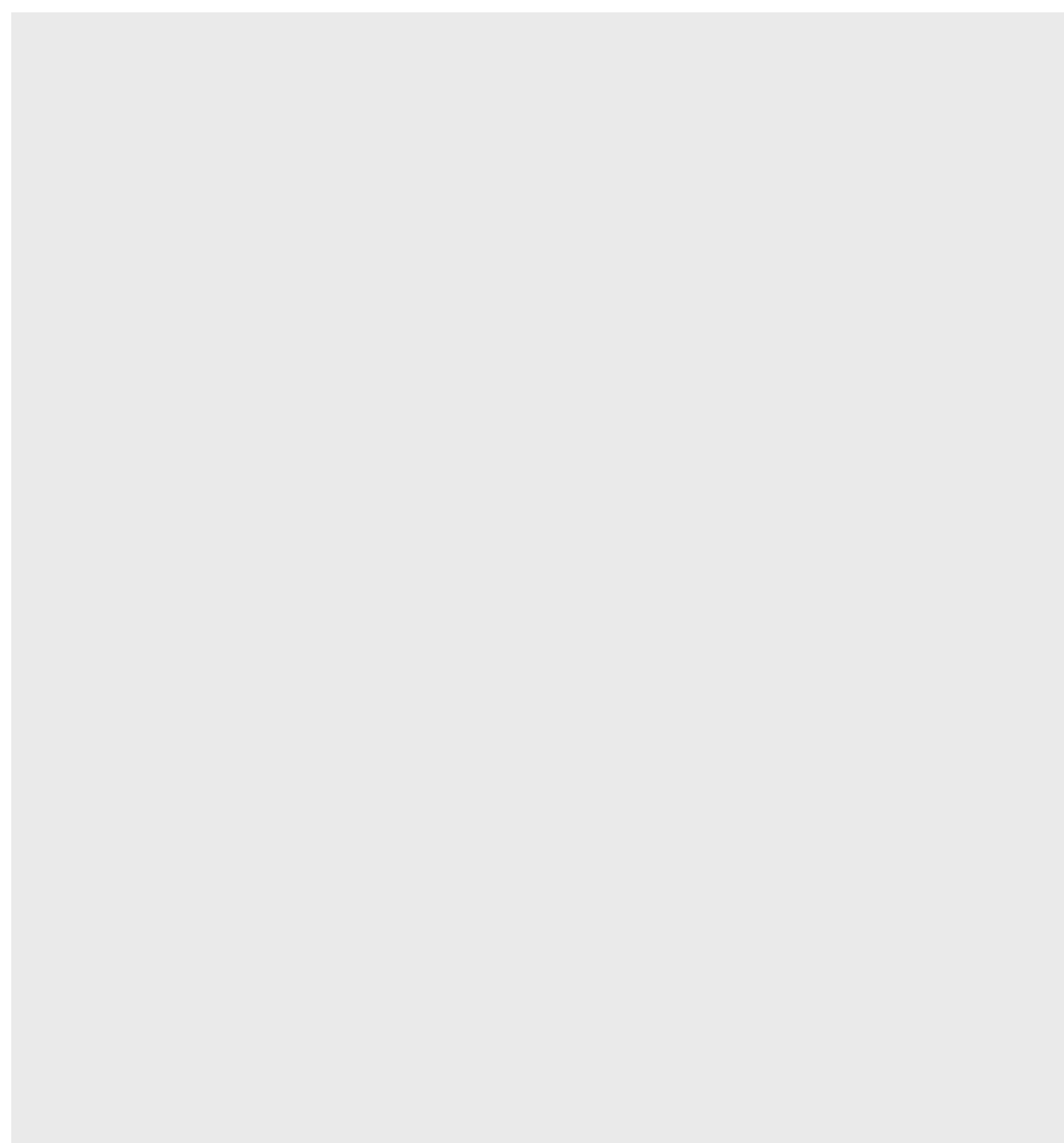
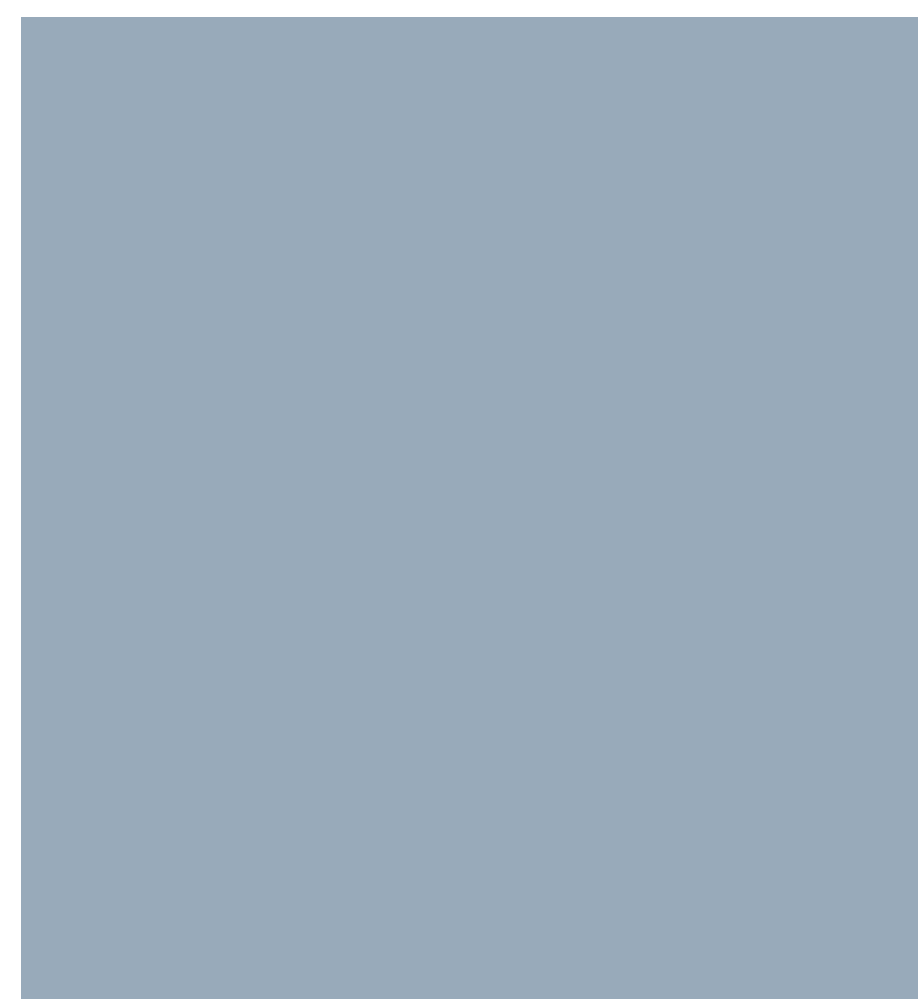
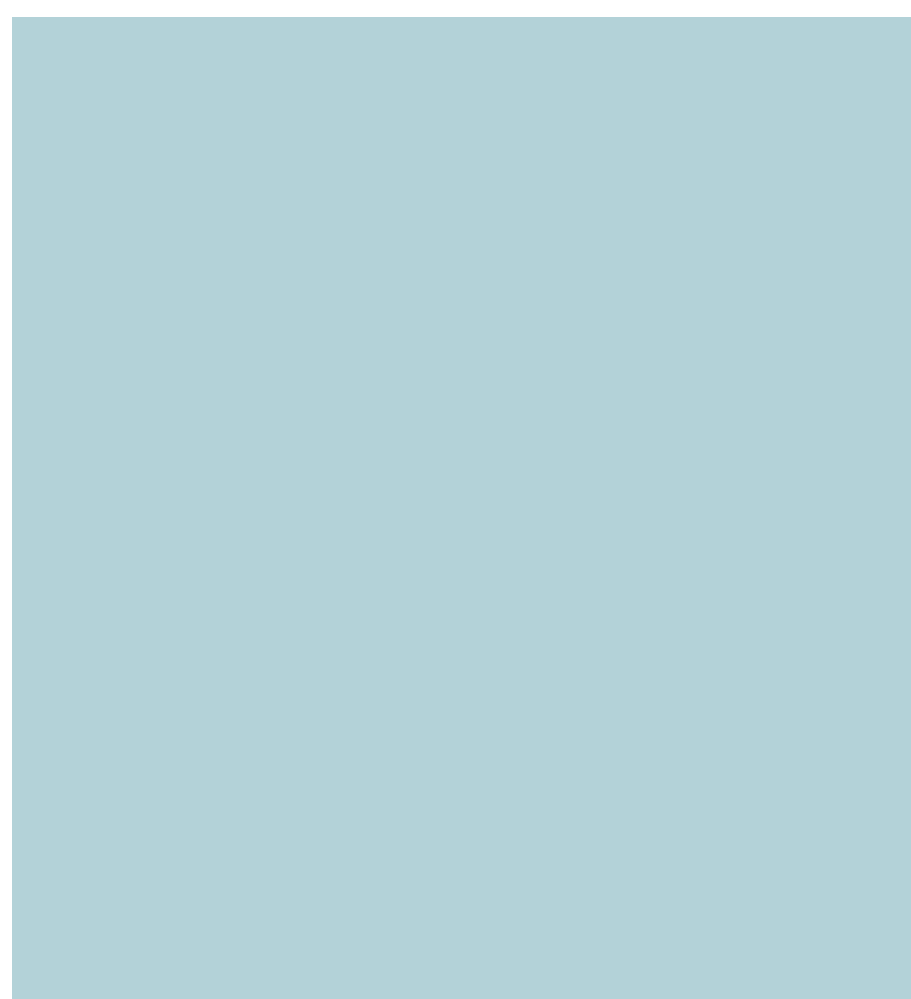
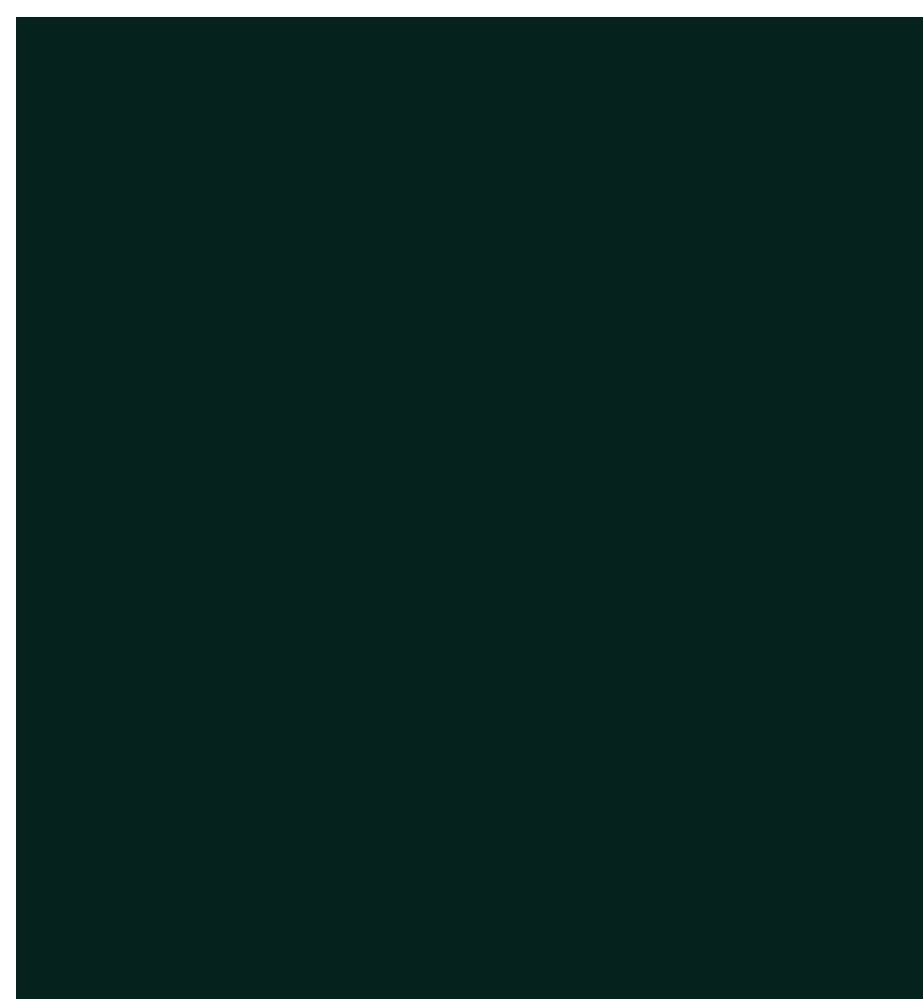
El **aspirational dreamer** trata de seguir las tendencias más populares de la moda. Se preocupa por el físico y su estilo es relajado, pero algo ostentoso. Para él es muy importante que los demás vean que es exitoso, aunque no lo sea; lo más importante es lo que aparenta, por eso utiliza accesorios “de marca”, si bien pueden ser falsos. El aspirational dreamer admira a las celebridades que han triunfado, los que obtuvieron su éxito viniendo desde abajo. Por eso su estilo es ostentoso pero casual, inspirado en sus ídolos: reggetoneros, narcos y futbolistas. Lo cautivan la cultura americana y la europea porque representan una mejor calidad de vida, e intenta seguir este estilo de vida; sin embargo, al no tener el mismo poder adquisitivo y entorno que esas culturas, tiene que adaptarse.



Tribus urbanas: Chakas Fresas Mirreyes Reggetoneros Buchonas	Preferencias: Real Madrid/ Barça Ihop Bershka Pull and Bear Reggaeton
--	---

Edad: 20-25 años	Valores: Juventud Poder Dinero
----------------------------	--

PALETA DE COLOR



LOOKS



INTERIORES



PLAYLIST

“Criminal” - Natti Natasha, Ozuna
“Corazón” - Maluma
“Se preparó” - Ozuna
“Perro fiel” - Shakira, Nicky Jam
“Quiero repetir” - Ozuna, J. Balvin
“Que va” - Alex Sensation
“Escápate conmigo” - Wisin, Ozuna
“Felices los 4” - Maluma
“Amor, Amor, Amor” - Jennifer López, Wisin
“Mi gente” - J Balvin, Willy William

*Para escuchar más sigue la playlist Aspirational Dreamer en Spotify:

spotify:user:1276895166:playlist:1urj387X3XJMT8PmVK1UV



”SIN YOLANDA
MARICARMEN
QUE AQUI NO PASA
NANCY”

Community Prouder



Community Prouder está orgulloso de ser parte de un grupo social. Uno de los valores más importantes para él es el sentido de pertenencia, razón por la cual es muy apegado a instituciones religiosas, localidades, escuelas o equipos de futbol. Le gusta que la gente vea que es parte de una comunidad y porta su camiseta con orgullo. Al elegir un producto o servicio se interesa en lo que representa, el ambiente y la cultura que lo rodea. Siente orgullo por lo local y lo que representa tradición; si estos elementos no existen, él mismo construye sus propias tradiciones con comportamientos y rituales que repite. No le preocupa que lo que consume sea actual, sino que confía porque ha sido igual desde siempre. Confía en la religión y otras fuerzas míticas.



Tribus urbanas:

- Frikis
- Skatos
- Rastas
- Rockeros
- Xterials

Preferencias:

- Playstation
- Selección Mexicana de Futbol
- Anime
- Universidades
- Ligas de deporte internacionales (NFL, Champions League)

Edad:

18-40 años

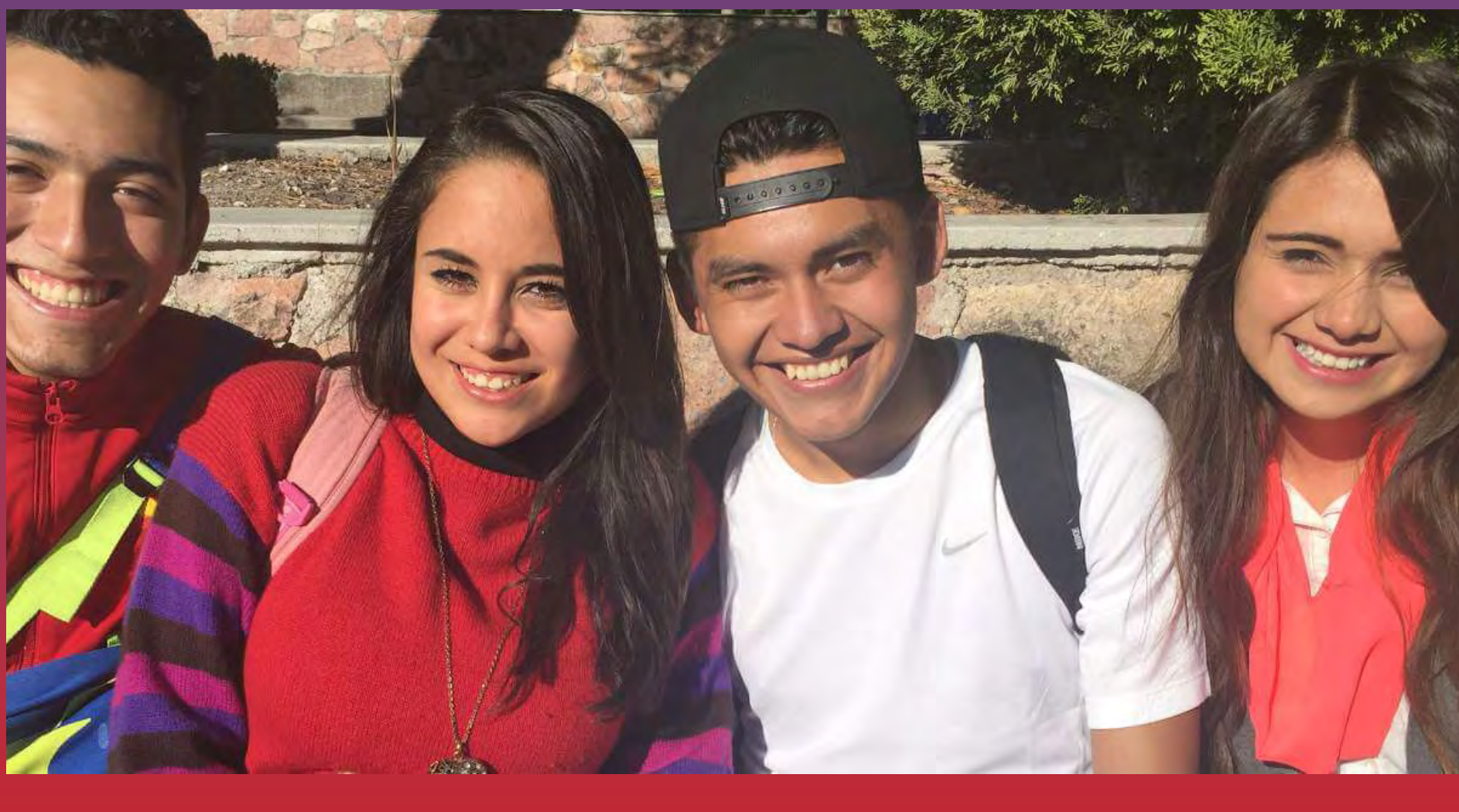
Valores:

- Pertenencia
- Tradición
- Comunidad
- Orgullo

Paleta de Color



Looks



Interiores



Playlist

“1,2,3” - Café Tacuba
“Arre Caesar” - Molotov
“Mextasis” - Simpson Ahuevo
“Pa la calle” - Instituto Mexicano del Sonido
“JA JA JA” - Plastilina Mosh
“Un gran circo” - Maldita Vecindad y Los Hijos del Quinto Patio
“Pánico” - Inspector
“Kilómetros” - Los Caligaris
“Esta noche” - Panteón Rococó
“Las flores” - Café Tacuba

*Para escuchar más sigue la playlist Community Prouder en Spotify:

spotify:user:1276895166:playlist:280tRKFzdIDXqw3ckb2xKI



**"La Vida es
un Juego"**

Basic Average



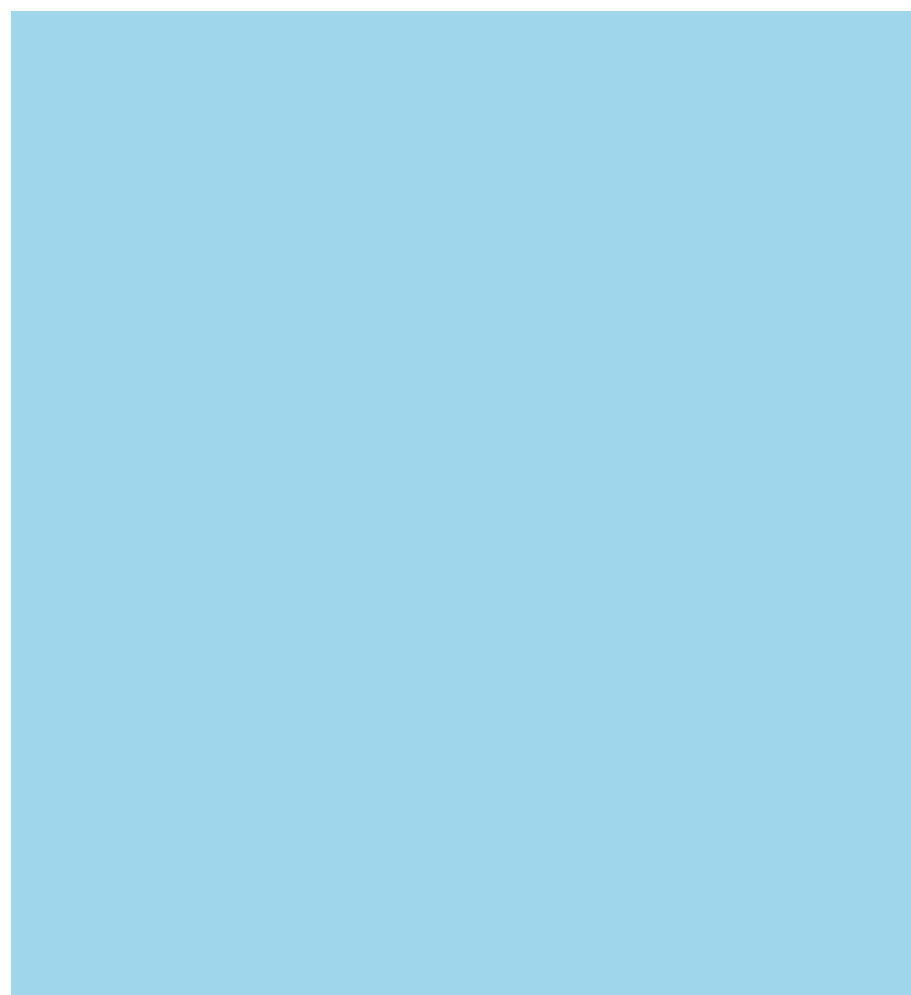
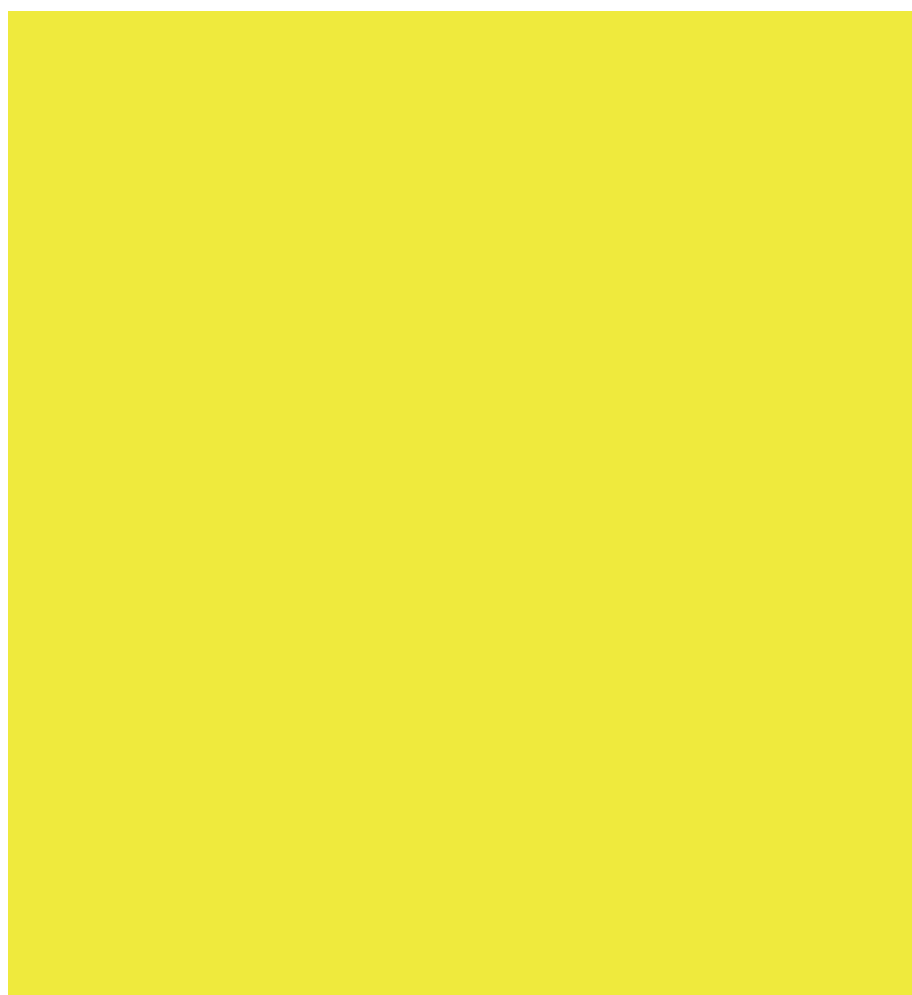
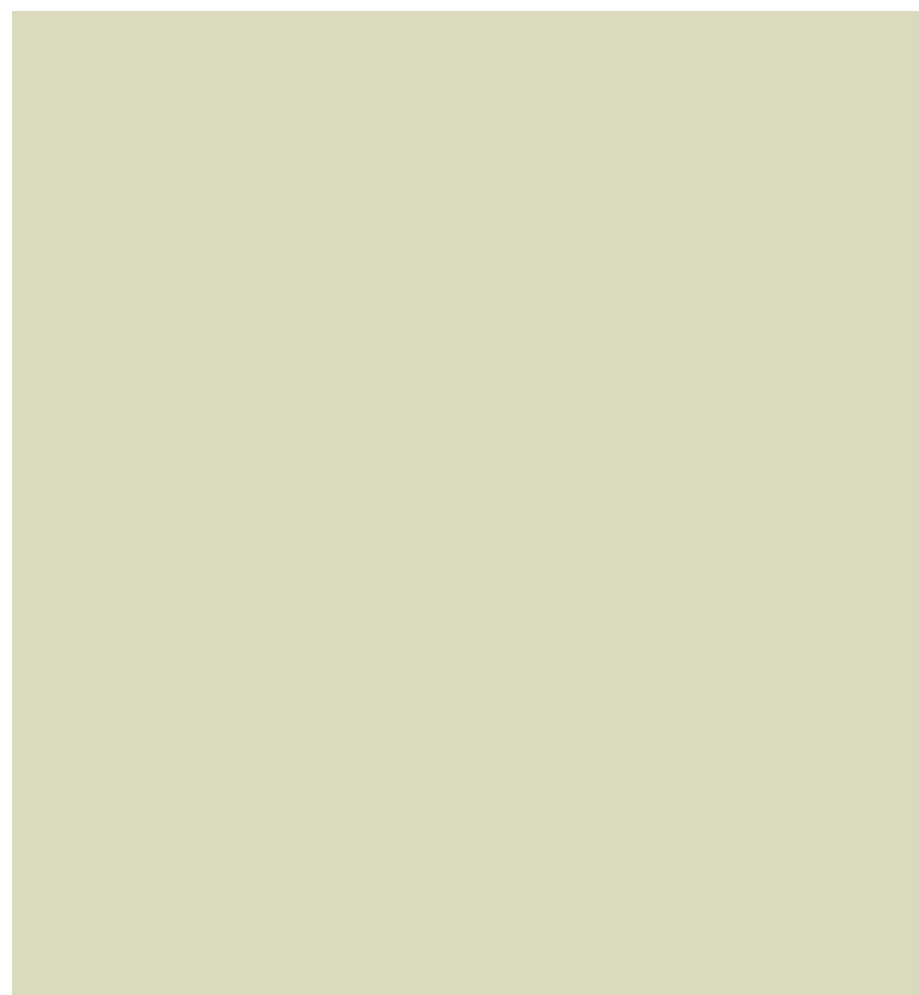
Basic average es el consumidor que opta por lo inmediato y la conveniencia. Busca lo más barato y busca la forma de aprovechar al máximo. No indaga opciones, sino que opta por lo que se presenta de manera fácil y obvia. Los productos que consume tienen un enfoque básico, directo y simple. El basic average considera que no puede exigir mejor calidad por lo que paga, por lo tanto se conforma con obtener un producto o servicio promedio. Se deja llevar por promociones, ofertas o combos. Lo motiva la ilusión de tener un buen trato al obtener más y pagar menos; esto le produce mucha satisfacción y se considera un consumidor inteligente que reparte lo que tiene entre los miembros de la familia.



Tribus urbanas:	Preferencias:
Cholos	Milano
Yuppies	KFC
Knitters	Subway
	Megacable
	Coppel
	Fábricas de Francia

Edad:	Valores:
35- 40 años	Familiar
	Descuentos
	Felicidad
	Básico
	Barato
	Promociones
	Ingenuo

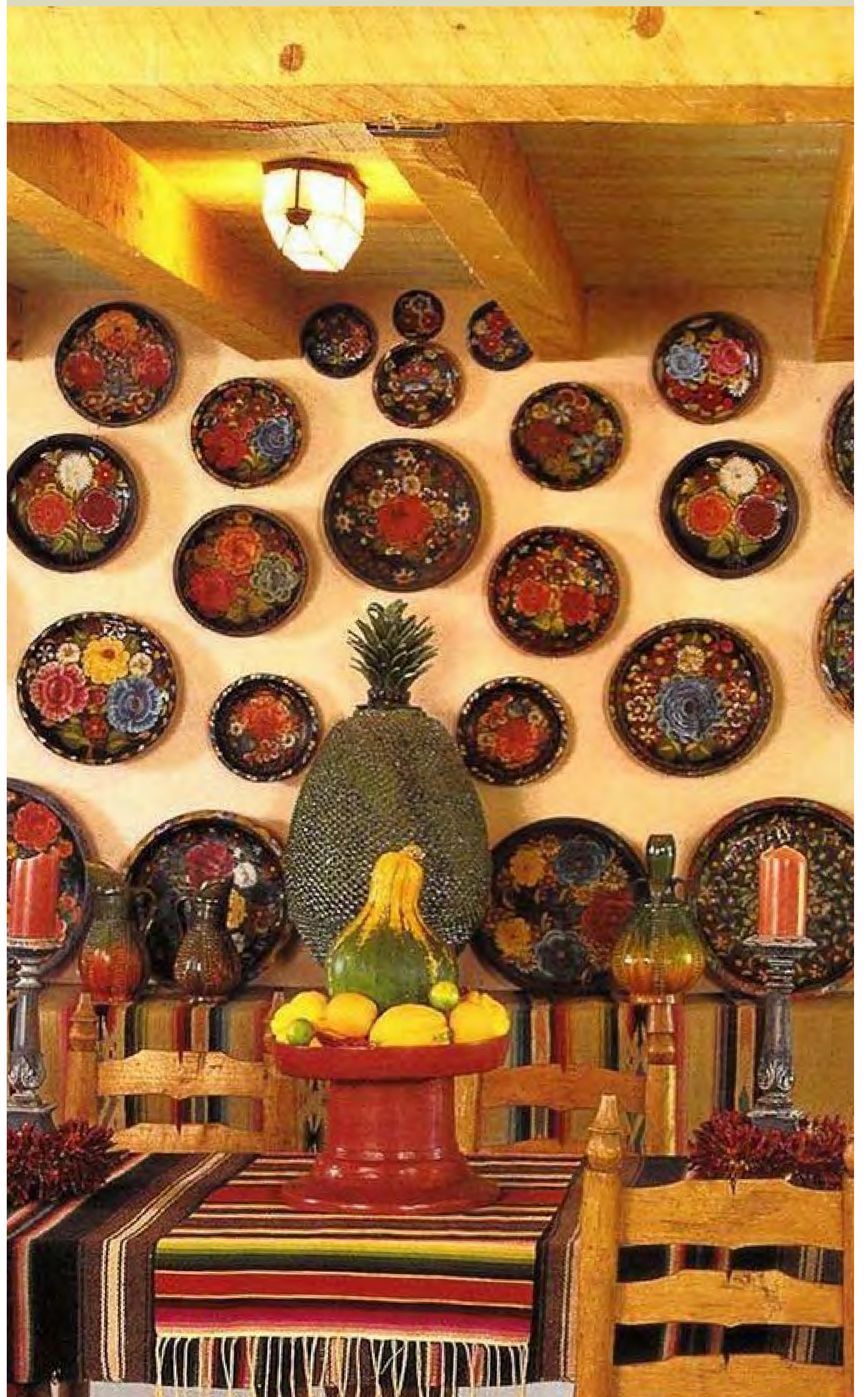
Paleta de Color



Looks



Interiores



Playlist

“Amigos no por favor” - Yuridia
“La chica de humo” - Emmanuel
“Viviendo de noche” - Aleks Syntek, Javier Lozanda
“Perdón” - Alexander Acha, Pablo Sauti
“Maldita primavera” - Yuri
“Víveme” - Laura Pausini
“Sé que te duele” - Alejandro Fernández, Morat
“La vida es un carnaval” - Celia Cruz
“Oye cómo va” - Tito Puente
“Detrás de mi ventana” - Yuri

*Para escuchar más sigue la playlist Basic Average en Spotify:

spotify:user:1276895166:playlist:4QuaEBLFUyZFx8Vd2vWd9t



“Es lo que hay”

The Follower



Un **the follower** absorbe lo banal del mundo de la farándula y lo ve como aspiracional. Consume lo que le gusta a la mayoría: el pop.

El mensaje del producto o servicio debe ser simple y muy fácil de entender.

Ve como una validación que lo que sea que consuma sea aceptado por la mayoría.

Sigue los chismes de las celebridades y lo que pasa en el mundo de los deportes para tener un tema de conversación en el trabajo.

Es irónico, le gusta burlarse de sí mismo y de los problemas de la sociedad mexicana, y de forma inconsciente lo hace como un escape.

Los memes son un vehículo para relacionarse con otras personas.

Un the follower no reflexiona ni profundiza el significado de nada, le gusta lo llamativo, caro, “las explosiones”. Se conforma con hacer lo que hacen todos los demás.

Quiere aparentar ser de una clase social más alta y se siente muy orgulloso de su trabajo.



- Tribus urbanas:**

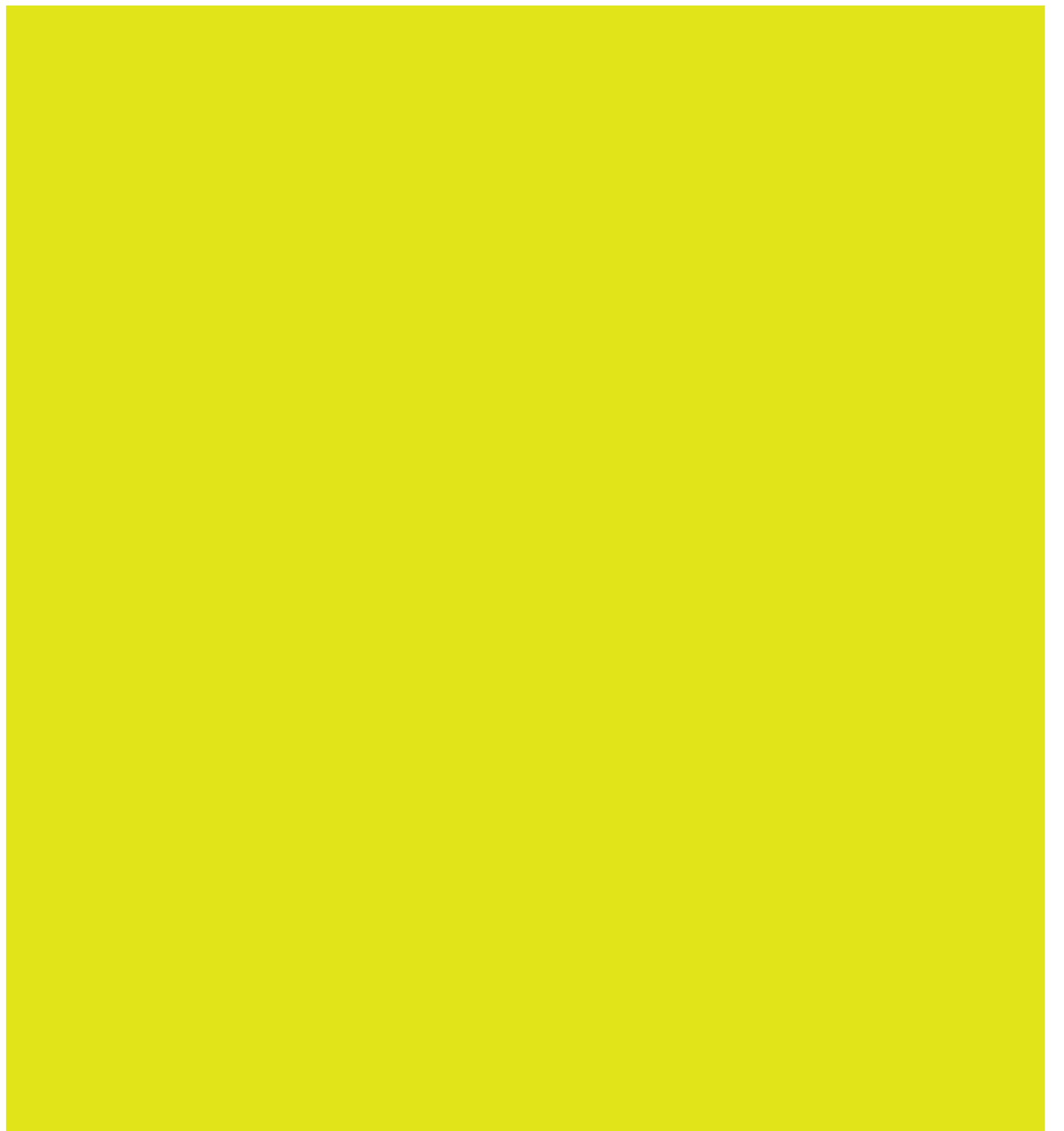
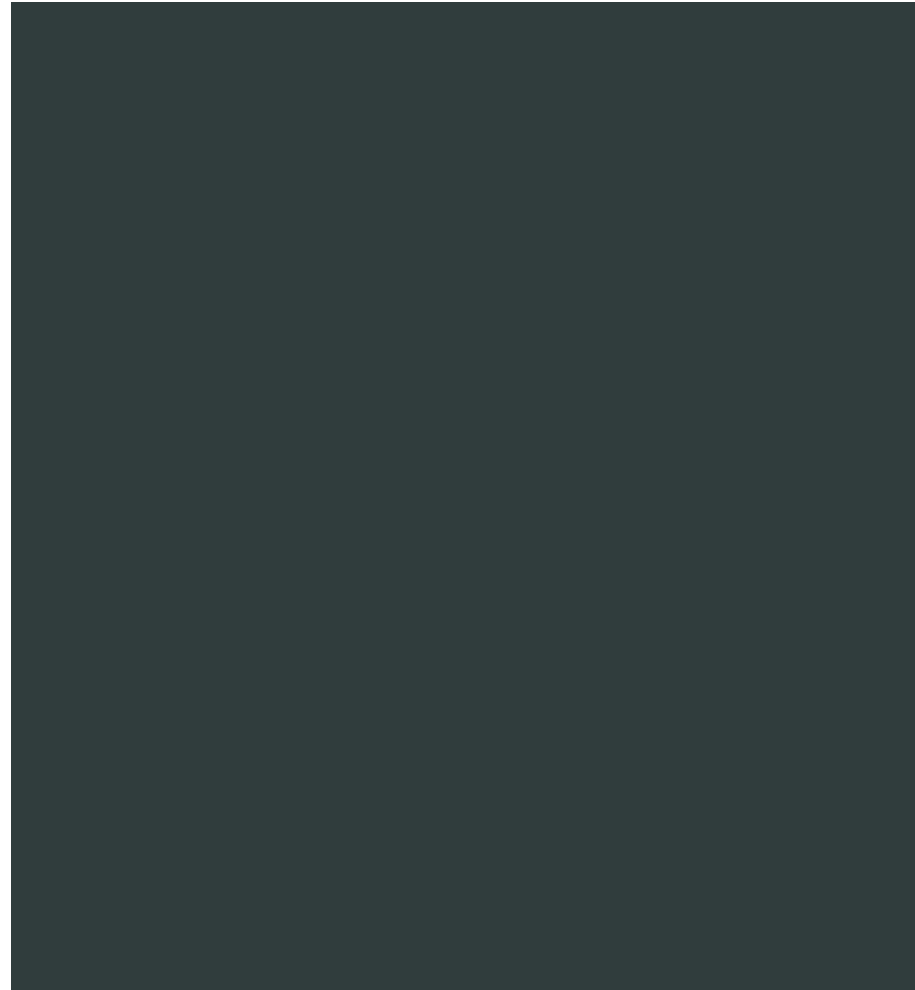
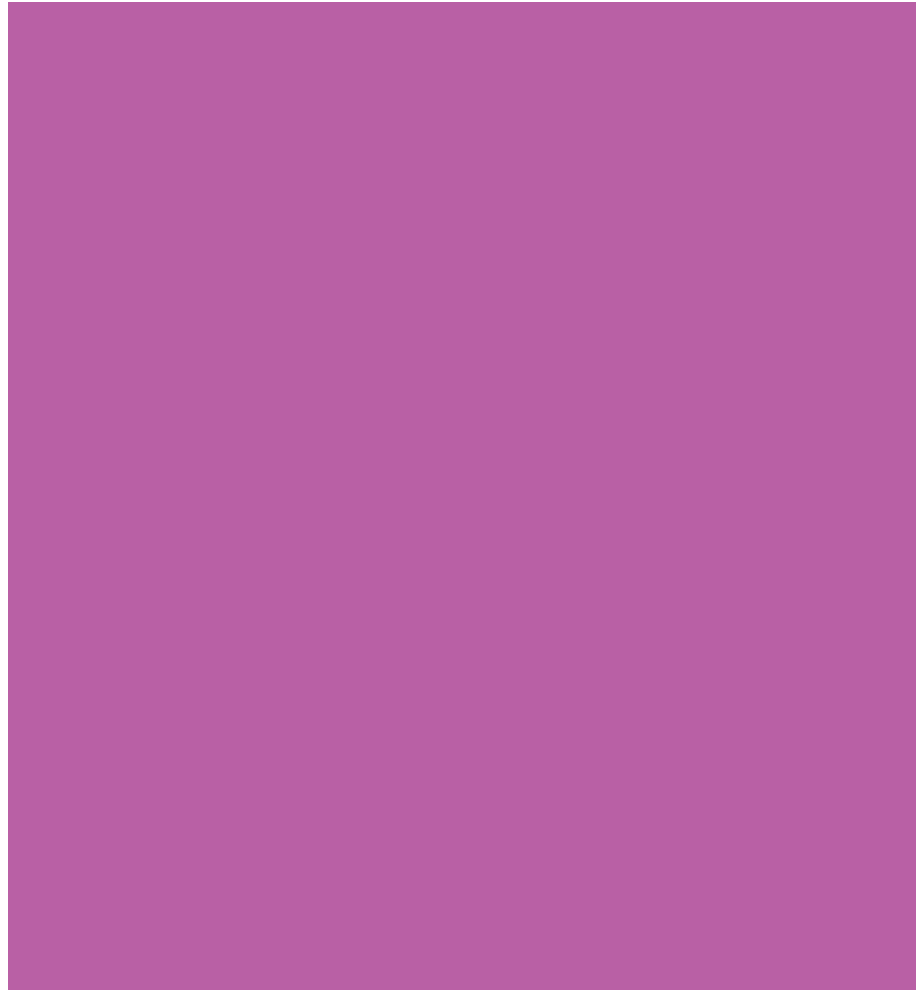
 - Hipsters
 - Fresas
 - Godínez
- Preferencias:**

 - Los Protagonistas
 - Sony
 - E
 - Simpsons
 - Blockbusters
 - Música Pop
 - Memes locales
 - Exa
 - Los 40 Principales
- Edad:**

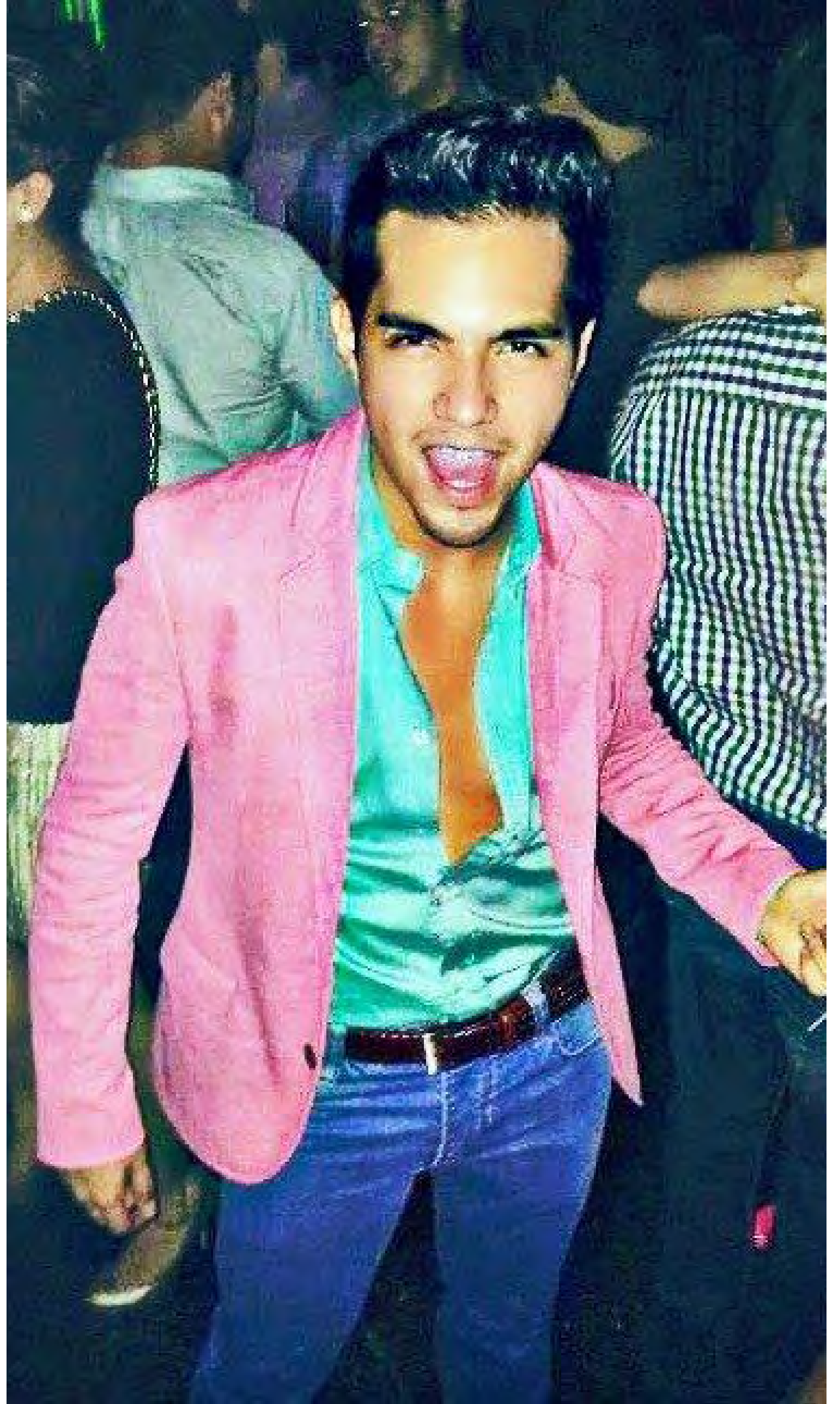
 - 30-35 años
- Valores:**

 - Básico
 - Estilo de vida
 - Trabajo

Paleta de Color



Looks



Interiores



Playlist

“Sutra” - Sebastián Yatra

“Havana (remix)” - Camila Cabello, Daddy Yankee

“Me rehúso” - Danny Ocean

“Robarte un beso” - Carlos Vives, Sebastián Yatra

“Una lady como tú” - Manuel Turizo

“Natural” - Paty Cantú, Juhn

“Juntos” - Timbiriche

“3 am” - Jesse & Joy, Gente de Zona

“Sin filtro” - Urband 5

“¿Dónde estabas tú?”- Danna Paola

*Para escuchar más sigue la playlist The Follower en Spotify:

[spotify:user:1276895166:playlist:6iF7FVsckGqzcYJTgOFGrE](https://open.spotify.com/playlist/6iF7FVsckGqzcYJTgOFGrE)



**“De
aquí a
dónde?”**

Fantastic Nerd



El **fantastic nerd** es infantil e ingenuo. La fantasía es su género favorito.

Es tan fanático que se convence de que vive en otra realidad y no hay forma de discutir con ellos sobre sus gustos e intereses porque cuestionarlos sería cuestionar su propia esencia.

Disfruta de historias que describen la lucha del bien contra el mal, en donde siempre triunfa el bien.

Sus héroes son personajes que no encajan de todo en la sociedad y aprovecha sus debilidades; así funciona el mundo para él.

El romance es un elemento importante para el fantastic nerd y siempre está presente de alguna manera en su vida, aunque sea de forma platónica y a veces trágica.

Los personajes tiernos son muy atractivos para él.

Colecciona juguetes y prendas con sus personajes favoritos.

Quiere parecerse a los personajes que más admira, aunque no sean estándares físicamente realistas.

Es un consumidor geek que cuando le gusta algo, se obsesiona.

Disfruta pertenecer a un grupo de fans (fandoms).

Busca ser aceptado en una comunidad a fin, porque en otros entornos más comunes lo catalogan como “el raro”.

Reconoce sus gustos con orgullo, causando complejo de superioridad.



Tribus Urbanas:

Emo
Pokemones
Frikis
Floggers
Gamers
Metaleros
Kawaii
Otakus

Preferencias:

Pokemon
Harry Potter
Marvel
Anime
Twilight
Cartoon Network

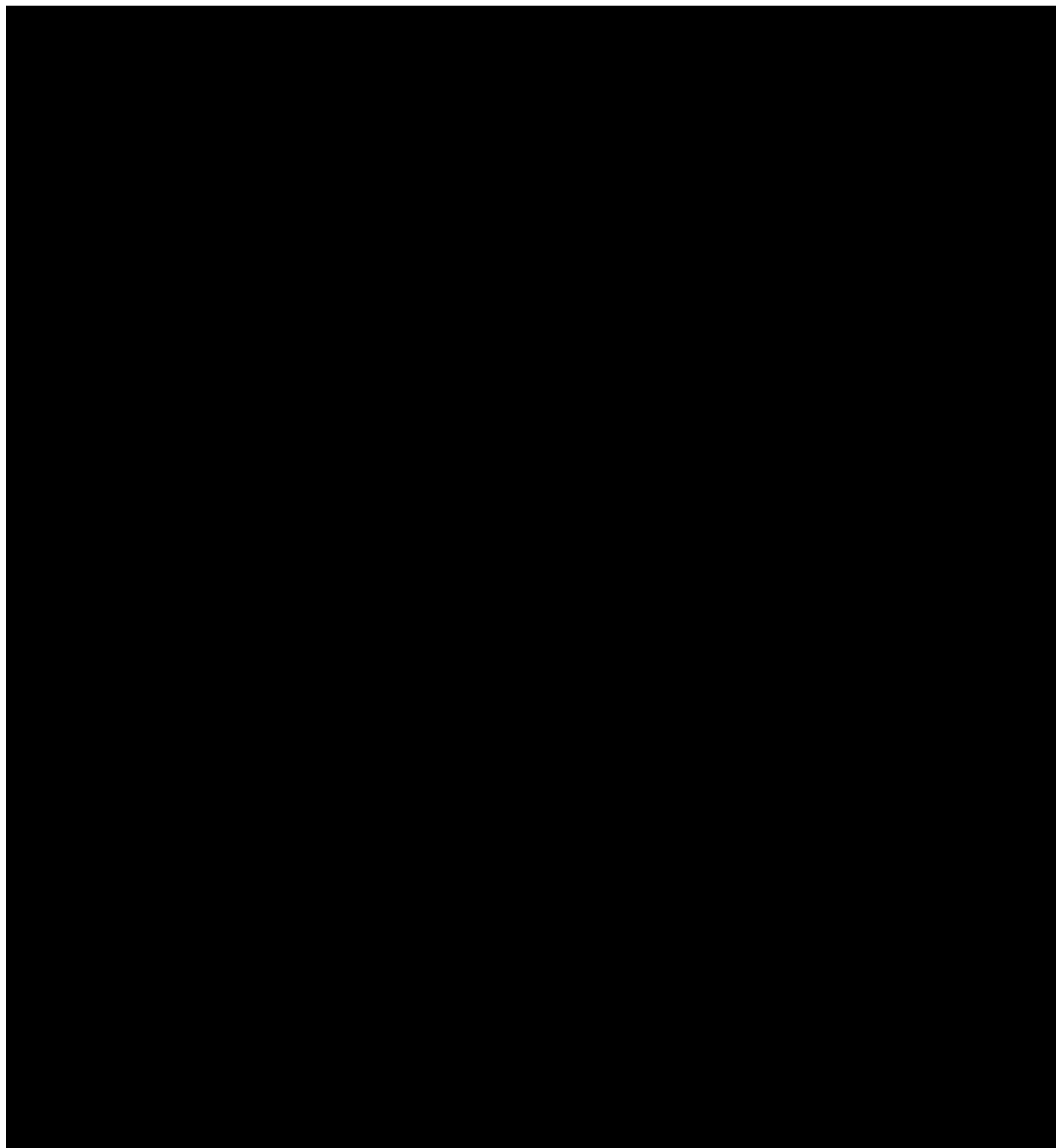
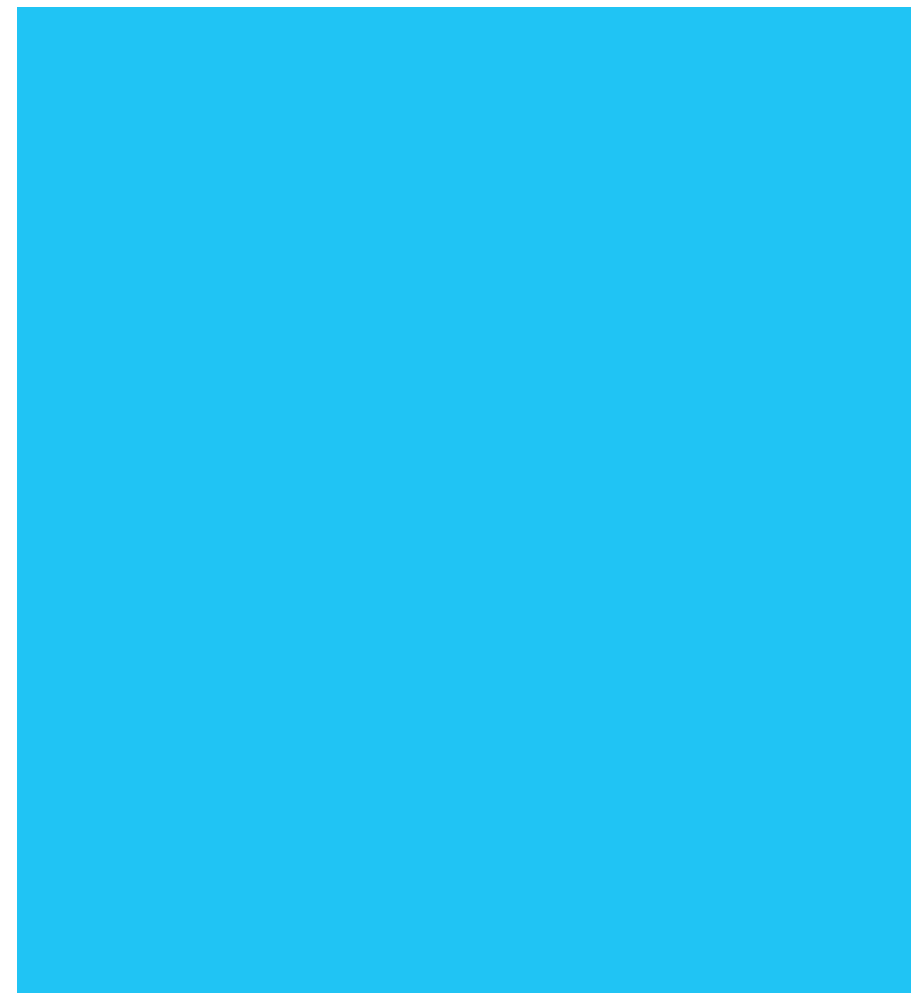
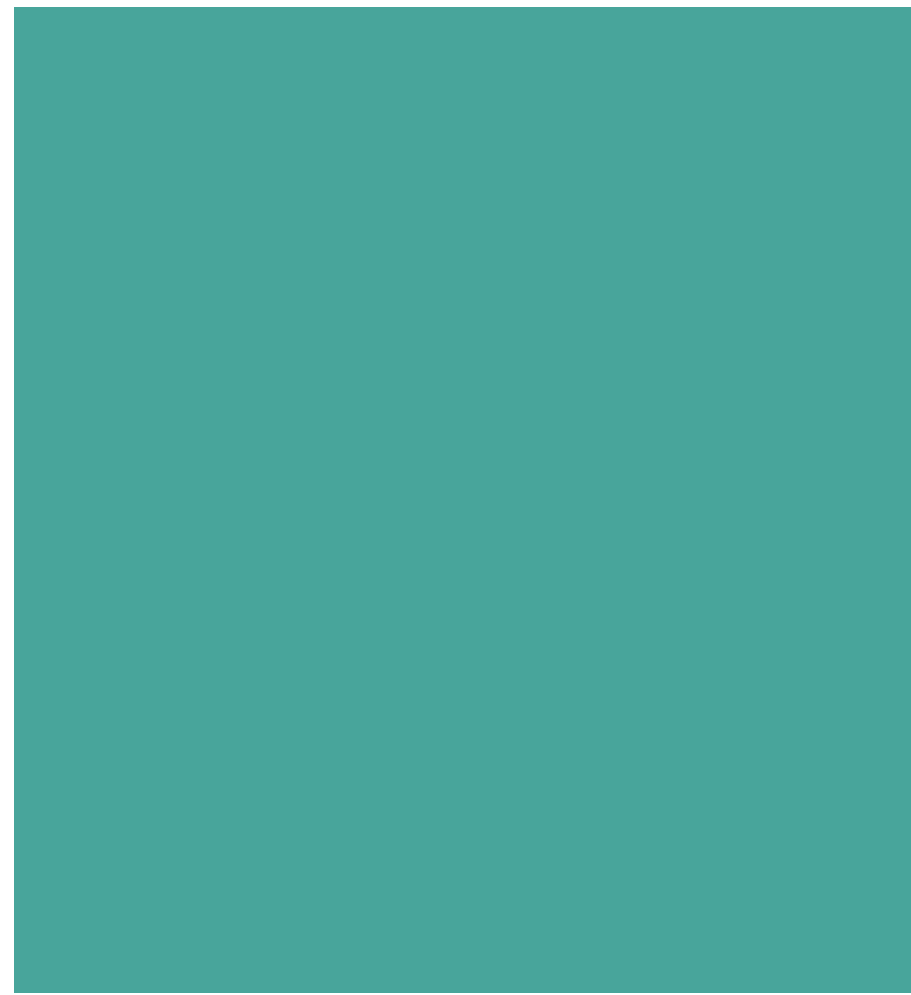
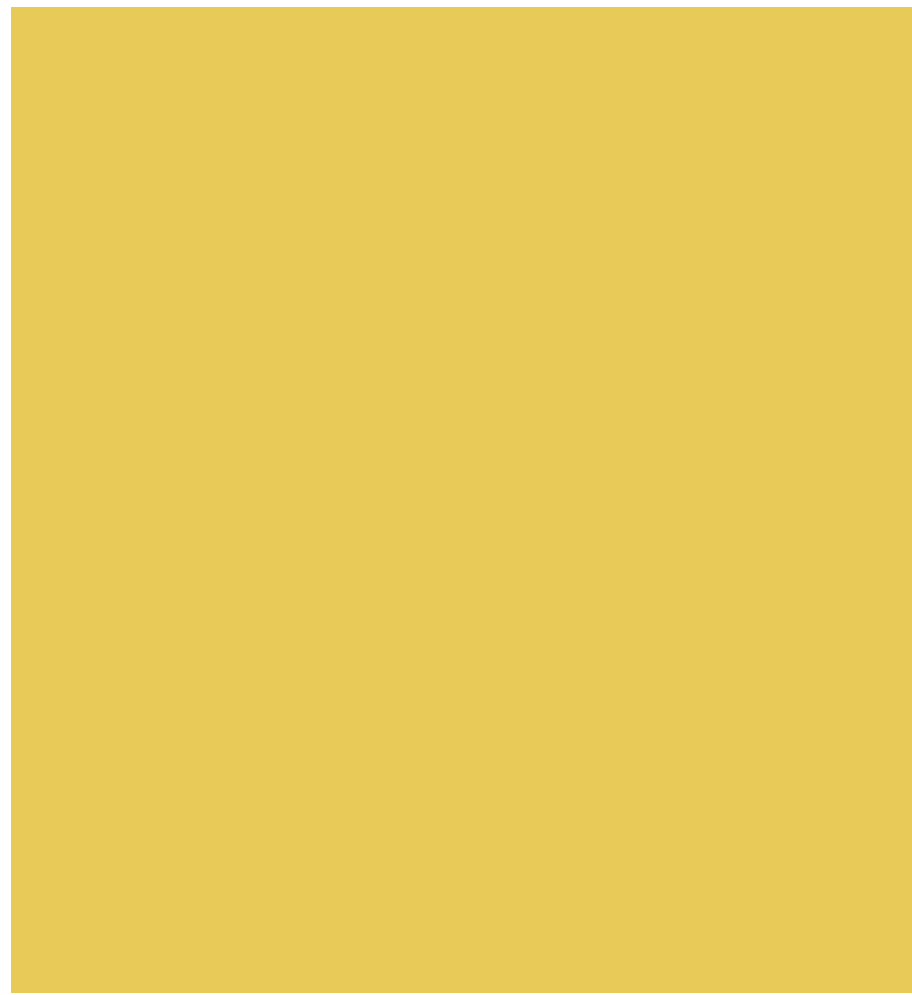
Edad:

20-24 años

Valores:

Fantasía
Romance
Comunidad
Aceptación

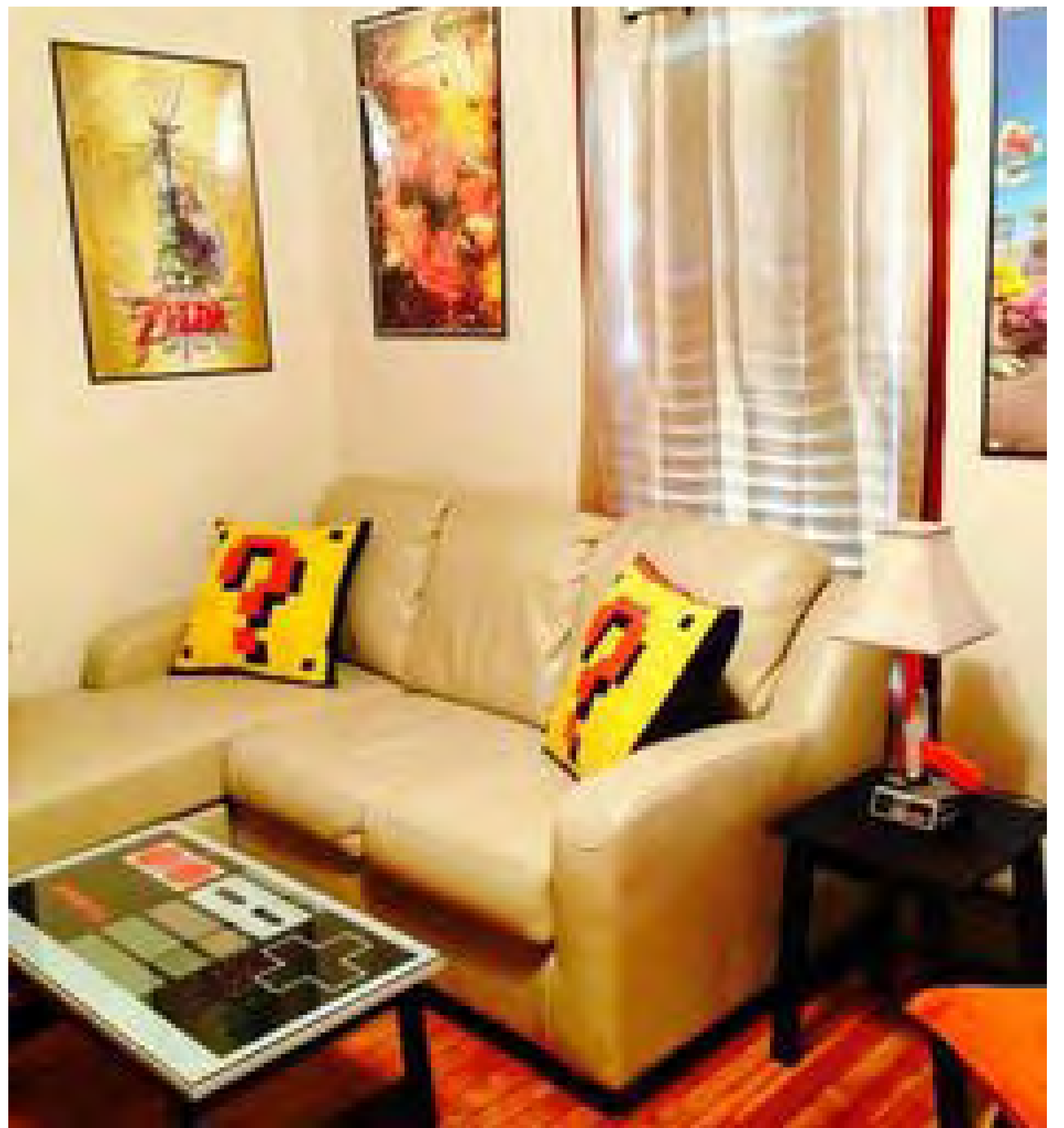
Paleta de Color



Looks



Interiores



Playlist

“Montser” - EXO
“All The Small Things” - Blink 182
“The Man Who Sold The World” - Nirvana
“Lonely Boy” - The Black Keys
“Every Rose Has Its Thorn” - Poison
“Sweet Child of Mine” - Guns N’ Roses
“Stairway to Heaven” - Led Zepellin
“We Are The Cristal Gems (From Steven Universe)” - The Marcus Hedges Trend Orchestra
“You Give Love a Bad Name” - Bon Jovi
“Back in Black” - AC/DC

*Para escuchar más sigue la
playlist Fantastic Nerd en Spotify:
[spotify:user:1276895166:playlist:2OLWcWK05dxvBwgZZyxPaA](https://open.spotify.com/playlist/2OLWcWK05dxvBwgZZyxPaA)



"Por el
poder
del
Amor"

Créditos

Director Creativo:
José de la O

**Project Manager y
Diseño Editorial:**
Montserrat Pazos

Asistente de Diseño:
Rodrigo Piña

Producido por:
Studio José de la O

Licensed by Creative Commons under:
Attribution-NonCommercial-NoDerivatives
4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)

