



## JAVIERA SEPÚLVEDA (28)

La consumidora de "trends" - Público objetivo

### Descripción:

Tiene 28 años, es publicista y representa a la generación urbana hiperconectada que define su consumo a partir de las tendencias en redes sociales.

### Historial:

Es licenciada en Publicidad de la Universidad Autónoma. Trabaja hace cuatro años en una agencia de marketing digital. Vive en Ñuñoa con su pareja y gato. Le interesa la cultura gastronómica, los cafés de autor, la moda circular y los productos que se vuelven virales en TikTok. Lee medios como The Clinic y Paula, y sigue influencers que recomiendan "lujos alcanzables"

### Recursos:

Es novata en temas económicos o agrícolas, pero experta en identificar tendencias y comportamientos de consumo.

Usa tres dispositivos electrónicos (Iphone, Ipad y computador) y está todo el día conectada. Tiene acceso constante a redes, pero su sueldo y deudas limitan sus decisiones de compra.

### Emociones:

Curiosa y animada, por motivación personal y laboral, a descubrir nuevas modas urbanas. Se siente ansiosa por entender por qué el pistacho se ha vuelto tan caro y popular. Al mismo tiempo, se siente culpable por gastar más de lo que puede en productos gourmet.

### Objetivos:

1. Comprender la causa económica del aumento del precio del pistacho (importaciones, producción, demanda)
2. Justificar o ver si realmente vale la pena seguir comprando productos con pistacho pese a su alto costo.

### Escenario:

Javiera ve en TikTok el Chocolate Dubai y decide investigar si "vale la pena o es simplemente marketing". Busca en Google "boom del pistacho Chile" y llega a la webstory. A través de visualizaciones y gráficos, entiende que el alza es un fenómeno económico por el aumento de la demanda global, que Chile no produce tanto pistacho, pero que la producción nacional está evolucionando. Al darse cuenta de esto, se siente validada en su consumo y sube una foto a Instagram comprando Chocolate Dubai y crema de Pistacho.