

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias
Económico Administrativas**



- Área Académica: Administración
- Tema: Comportamiento del consumidor
- Profesor(a): García Piñón Fanny
Valencia Sandoval Karina
- Periodo: Enero-junio 2023

Tema:

Concepto del Comportamiento del Consumidor

Proceso de Comportamiento del Consumidor

Resumen:

El consumo implica el uso que hace el comprador del producto adquirido. El comportamiento del consumidor son las actividades que realizan las personas para obtener, consumir y disponer de productos o servicios. Al estudiar el comportamiento queremos conocer los mercados y sus necesidades, y podemos movernos a la acción. Tenemos un concepto de producto pero conociendo el mercado podemos hacerlo más agradable con características específicas para el mercado en el que nos enfocamos. Sabremos dónde la publicidad y la retransmisión hacen más para influir en el comprador

Palabras Clave: consumidor, comportamiento, cliente, necesidades, decisiones

Tema: Object of Ethics

Abstract

Consumption implicates the use makes the buyer of the product purchased. Consumer behavior is activities that people make to obtain, consume and dispose of products o services.

By studying the behavior we want to know the markets and their needs, and we can move us to action. We have a product concept but knowing the market we can make it more nice with specific features for the market in which we focus. We will know where advertising and broadcast it do more to influence the buyer

Keywords: consumer, behavior, client, needs, decisions

Objetivo General

Comprender como se desarrolla el comportamiento de un consumidor cuando este identifica necesidades que desea cubrir, así como los factores que influyen para tomar su decisión.

Objetivos Específicos

- Analizar el modelo del comportamiento del consumidor
- Identificar las etapas del proceso de compra del consumidor

Introducción

En la actualidad la orientación de los negocios han ido evolucionando con el paso de los años, pasando de una orientación hacia la producción a una orientación hacia el consumidor. A medida que la oferta de productos ha superado la demanda, los consumidores se han convertido en un eje principal de las estrategias de mercadotecnia de las empresas por todo el mundo, es por esto que una de sus principales preocupaciones es comprender e influir en el comportamiento del consumidor para favorecer los productos y servicios que las empresas crean. El conocimiento del consumidor siempre va a ser fundamental para desarrollar estrategias de mercado efectiva.

Comportamiento del consumidor:

Conducta de compra de los consumidores finales: individuos y familias que compran bienes y servicios para su consumo personal

(Kotler & Amstrong, 2017)

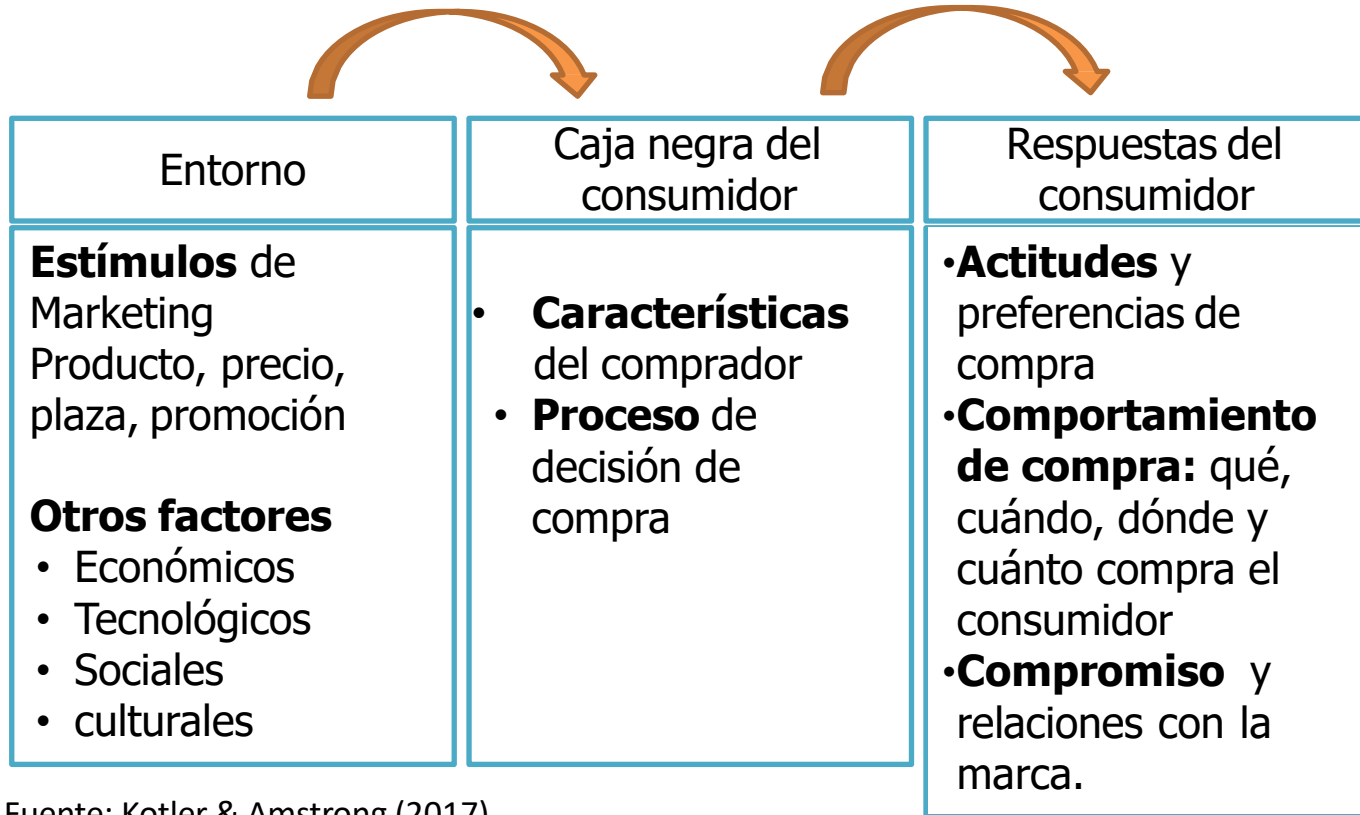
Mercado de consumo: todas las personas y familias que compran o adquieren bienes y servicios para su consumo personal.

(Kotler & Amstrong, 2017)

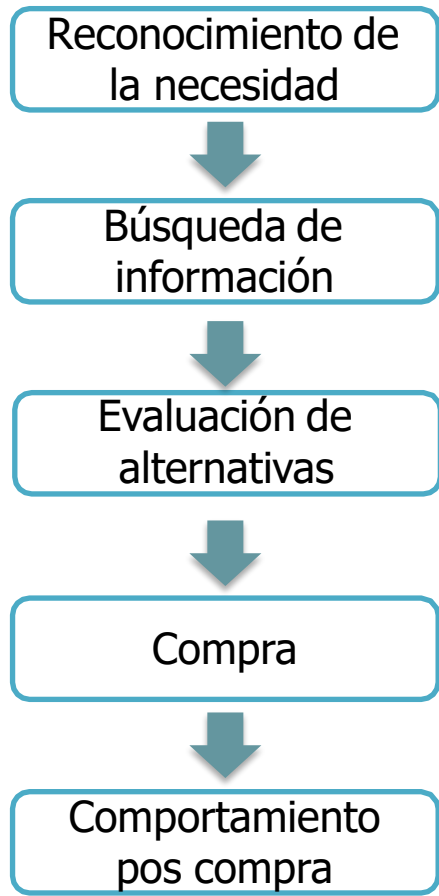


<https://i.pinimg.com/564x/43/77/97/4377970f400fa181f110b8fc66a79e76.jpg>

Modelo del comportamiento del consumidor



Fuente: Kotler & Armstrong (2017)



Fuente: Elaboración propia

Reconocimiento de la Necesidad

Resultado de un desequilibrio entre los estados real y deseado.

(Lamb C., Hair J., Mc Daniel C. 2017)



<https://www.uscmarketingdigital.com/wp-content/uploads/2017/11/Comportamiento-consumidor.png>

Influencias psicológicas

Percepción, motivación, aprendizaje, creencias y actitudes

Influencias sociales

Grupos de referencia, líderes de opinión, familia



Evaluación de alternativas

Decisiones de compra

<https://www.ecommerceacademy.pe/wp-content/uploads/2017/08/Toma-de-decision.jpg>

Influencias culturales

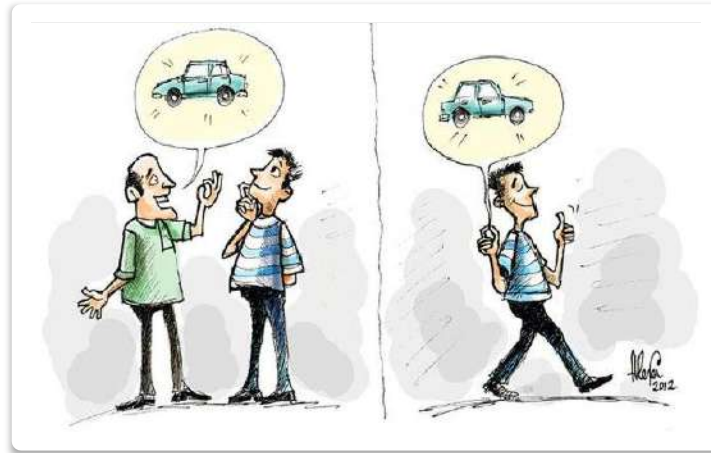
Cultura, subcultura, clase social, comprensión de otras culturas

Influencias individuales

Género, edad, etapa de ciclo de vida familiar, personalidad, estilo de vida, autoconcepto

Comportamiento pos compra

La **participación** es la cantidad de esfuerzo y tiempo que el comprador invierte en sus procesos de búsqueda, evaluación y toma de decisiones



<https://www.google.com/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fmarioatd.blogspot.com%2F2016%2F02%2Fcomportamiento-postcompra-tenerlo-muy.html&psig=AOvVaw2IFX74i2vi6VwVo0ufBoyy&ust=1669320997701000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjRxqFwoTCOiyosePxfscFQAAAAAdAAAAABAD>

1. Kotler P, Amstrong G., 2017, Fundamentos de Marketing, Pearson
2. Lamb C., Hair J., Mc Daniel C. Marketing, Cengage Learning