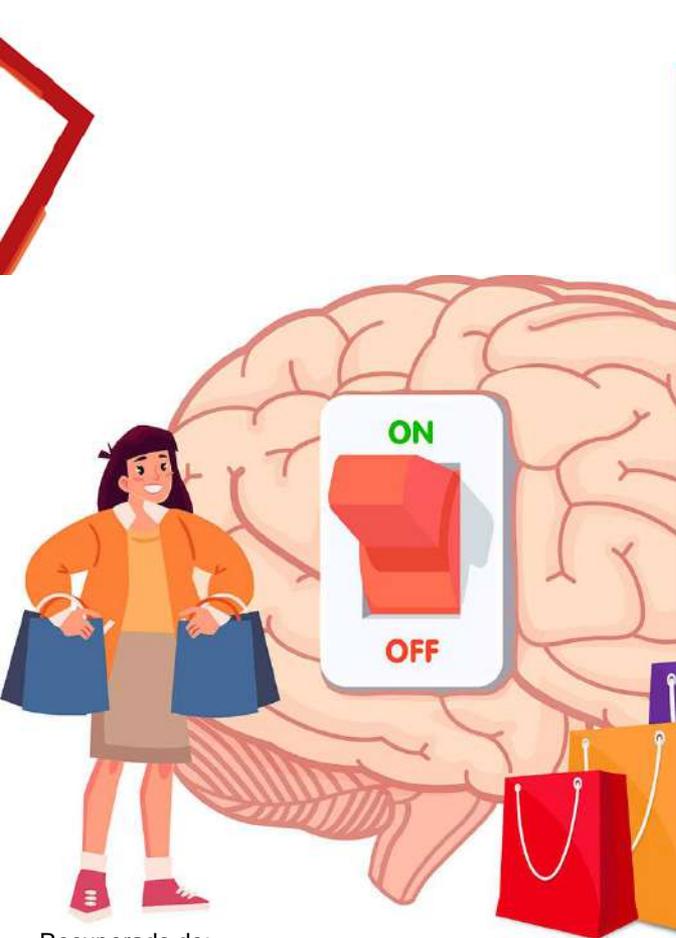


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO.

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas.**



- ❖ **Tema:** Factores que influyen en la decisión del consumidor
- ❖ **Profesor(a):**
Dra. Karina Valencia Sandoval
- ❖ **Periodo escolar:** Enero-Junio 2023



Recuperado de:
<https://www.uscmarketingdigital.com/comportamiento-del-consumidor/>

Factores que influyen en la decisión del consumidor

RESUMEN:

El estudio de la conducta humana y de los factores que influyen en la toma de decisiones de los consumidores es fundamental, ya que, a través de esto se logra entender como una persona decide utilizar sus recursos disponibles para satisfacer sus necesidades.

PALABRAS CLAVE: Necesidades, comportamiento, conducta.

Factors influencing consumer decision

ABSTRACT :

The study of human behavior and the factors that influence consumer decision-making is essential, since, through this, it is possible to understand how a person decides to use their available resources to satisfy their needs.

KEY WORDS: Needs, behavior, conduct.

Recuperado de: <https://www.alamy.es/decision-de-compra-icno-de-concepto-turquesa-idea-de-compra-en-linea-ilustracion>



Objetivo General

Introducir al alumno en el estudio del comportamiento del consumidor, a fin de que pueda observar con detenimiento las necesidades, gustos, preferencias y hábitos de consumo, ya que, esto juega un papel fundamental en el crecimiento y posicionamiento de una organización en el mercado.

Objetivos Específicos

- Analizar cada uno de los factores que influyen en el comportamiento del consumidor.
- Identificar los factores internos y externos.
- Estudiar la importancia de la conducta, en las decisiones de compra

Introducción

El comportamiento del consumidor se refiere al conjunto de actividades que lleva a cabo una persona o una organización desde que tiene una necesidad hasta el momento en que efectúa la compra y usa, posteriormente el producto.

Por lo anterior, es fundamental analizar y conocer los factores que influyen en las decisiones de compra, ya que, a través de esto se logra captar la atención del mercado meta.

EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

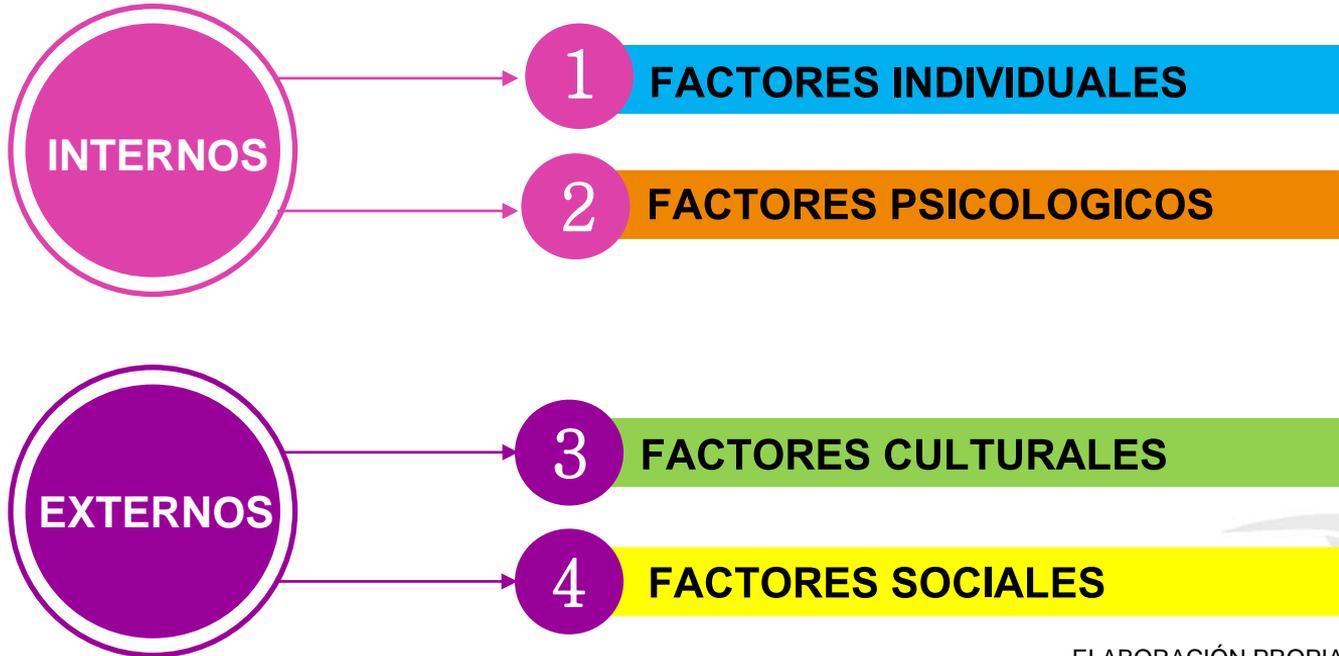
Recuperado de: <https://fundamentosdelmarketing.ar/comportamiento-del-consumidor/comportamiento-del-consumidor>



De acuerdo a Hoyer, W. y Macinnis, D. (2010) este refleja la totalidad de las **decisiones** de los consumidores respecto a la adquisición, el consumo y el desecho de bienes, servicios, actividades, experiencias, gente e idea.

TIPOS DE FACTORES

Existen dos tipos de factores fundamentales en el comportamiento del consumidor y los cuales son los siguientes:



ELABORACIÓN PROPIA

Factores Internos

INDIVIDUALES

1

Estos factores se relacionan directamente con el consumidor, es decir, son tales como:

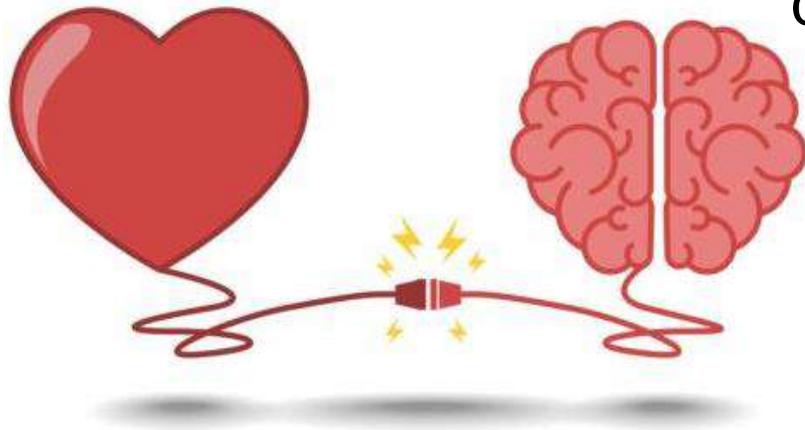
- Edad
- Género
- Etapa del ciclo familiar
- Ocupación
- Auto concepto



Recuperado de:
https://es.123rf.com/photo_61125741_hombre-individuo-mano-pidiendo-la-participaci%CI

2

PSICOLÓGICOS



Estos factores son los instrumentos que utilizan los consumidores para **reconocer lo que sienten, para reunir y analizar información, para formar pensamientos y opiniones personales y para emprender la acción.**

Recuperado de: <https://www.marcellodesouza.com.br/a-psicologia-da-felicidade/>

En los factores psicológicos se encuentran:

Percepción



Los estímulos se registran por uno de nuestros cinco sentidos.

Recuperado de: <https://paruma.co/descubrir-percepciones/>

Motivación

Es un estado interno de excitación que ofrece la energía necesaria para alcanzar una meta

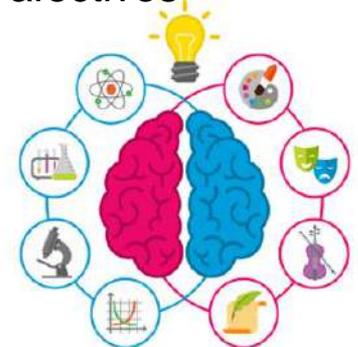


Recuperado de: <https://teaminsights.io/es/blog/noticias/entendiendo-la-motivacion-3-0/>

Actitudes

Es la predisposición aprendida a comportarse favorable o desfavorablemente respecto a un objeto determinado.

Componentes cognitivos y afectivos



Recuperado de: <https://inspire-edu.tech/cerebro-aprendizaje/>

Aprendizaje

Cambio relativamente permanente en el comportamiento debido a la experiencia

CULTURALES

3



Recuperado de: <https://sites.google.com/site/ladesercionescolarenpa%C3%B1ama/home/9-la-cultura-como-factor-que-contribuye-a-la-desercion-escolar>

Los factores culturales que influyen en el comportamiento del consumidor se refieren a las costumbres, tradiciones, estilos de vida, incluso, al territorio que ocupan los consumidores que de alguna manera impactan en la forma en cómo se relacionan con marcas, productos y servicios.

FACTORES
Ex
ter
nos

4

SOCIALES

Estos factores sociales están relacionados con grupos como la familia, los amigos, las organizaciones sociales y los grupos profesionales con los que se vincula el consumidor.



1. Grupos de referencia:

Estos actúan como modelos de comparación y como fuentes de normas.

“Marcos de referencia en las decisiones de compra”

2. Líderes de opinión

Son aquellos que por su popularidad o competencia son imitados o seguidos, influyendo en las decisiones de los compradores

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hoyer, W. y Macinnis, D. (2010). Comportamiento del consumidor. México: Cengage Learning
- Lamb, C., Hair, J. y McDaniel C. (2014). MKT. Marketing. México: Cengage Learning
- Schiffman, L. y Wisenbilt, J. (2015). Comportamiento del consumidor. México: Pearson.