

# El comportamiento del consumidor desde diferentes disciplinas

## The behavior of the consumer from different disciplines

Graciela Pereyra-Fausto <sup>a</sup>

**Abstract:**

Consumer behavior has been approached from different disciplines of knowledge in order to provide an explanation because consumers opt for one product instead of another. Economic theory argues about the rational consumer, the psychobiological approach focuses on the physical part of the human body and development during life, the psychoanalytic of the different personality types, the behavioral from an individualistic or collectivist, feminist or masculine behavior, cognitive approach to the mental processes that man builds in his mind and finally humanistic existential based on the Maslow pyramid to achieve self-realization.

**Keywords:**

Consumer behavior

**Resumen:**

El comportamiento del consumidor ha sido abordado desde diferentes disciplinas del conocimiento con la finalidad de proporcionar una explicación porque los consumidores optan por un producto en lugar de otro. La teoría económica argumenta sobre el consumidor racional, el enfoque psicobiológico se centra en la parte física del cuerpo humano y el desarrollo durante la vida, el psicoanalítico de los diferentes tipos de personalidad, el conductual desde una conducta individualista o colectivista, feminista o masculina, enfoque cognitivo sobre los procesos mentales que el hombre construye en su mente y finalmente humanístico existencial basado en la pirámide de Maslow para alcanzar la autorrealización.

**Palabras Clave:**

Comportamiento del consumidor

### Introducción

Todos los días se toman decisiones de compra mismas que en ocasiones se tornan difíciles para los consumidores actuales. Los consumidores no únicamente compran por necesidad inicial sino como un ideal para alcanzar la belleza de un modelo. Actualmente, la emoción de la compra debe ser mayor al precio. Existen diferentes disciplinas del conocimiento las cuales aportan desde su perspectiva la explicación a este proceso.

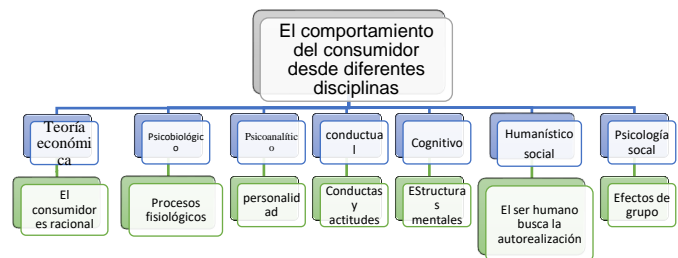
### Disciplinas que estudian el comportamiento del consumidor

A continuación, se muestra un cuadro conceptual de las distintas disciplinas del conocimiento que argumentan las razones del comportamiento del consumidor en el proceso de elección.

Cada una de ellas contribuye desde su enfoque al proceso de compra, ya sea para productos que generen placer,

estimulen la memoria como los juegos de mesa, o procesos fisiológicos entre otros.

Figura 1. El comportamiento del consumidor desde diferentes disciplinas



<sup>a</sup> Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior Atotonilco de Tula, Email: [graciela\\_pereyra10203@uaeh.edu.mx](mailto:graciela_pereyra10203@uaeh.edu.mx)

En cuanto a la teoría económica el consumidor es un agente racional, es decir siempre selecciona la mejor cesta de mercado, alcanzando la utilidad máxima, dado un nivel de ingreso.

Enfoque psicobiológico comprende las conductas, pensamientos y emociones asociados con los procesos fisiológicos que cada hombre presentan en cada etapa de la vida. Por ejemplo, el nivel de impacto que puede tener una campaña publicitaria que estimula la frecuencia cardiaca por la necesidad de comprar dicho producto.

Enfoque psicoanalítico desarrollado por S. Freud (1856-1939) afirma la conducta del hombre se explica por el inconsciente que se encuentra en la mente. Mismos que se agrupan en la personalidad de cada individuo el id, ego y superego este sobresale de la conciencia del raciocinio del consumidor y es por eso que se terminan adquiriendo mercancías no se necesitan, pero ocasionan placer.

Enfoque conductual se atribuye a John B. Watson (1878-1958) explica cómo se forma el comportamiento, la lealtad a ciertos productos.

Enfoque cognitivo surge en los años 1950 y 1960 estudia las estructuras mentales como lo son: pensamiento, memoria, atención, percepción este se obtiene por medio de los cinco sentidos y el lenguaje como forma de comunicación. Así un anuncio publicitario puede ser recordado en la memoria de corto o largo plazo de cada individuo. 1

Enfoque humanístico existencial basado en Abraham Maslow el hombre busca siempre crecer para realizarse existen cinco necesidades: fisiológicas, seguridad, pertenencia, estima y autorrealización a partir de esto es como toma la decisión de compra.

Enfoque psicología social es la influencia de ciertos grupos, líderes, individuo mundial el cual es innovador en el patrón de consumo los cuales generan reacciones en masa de consumo.

### **Conclusión**

seguramente seguirán sumándose más disciplinas que intenten explicar el proceso de compra. Solo por citar algunos ejemplos, muchos artículos han cambiado su envase y esto se debe a que la memoria recuerda por más tiempo las figuras curvas que las rectas, incluso el nombre de las marcas y el sonido fonético que puede quedar por más tiempo en la memoria, así mismo los colores que reconoce la pupila del ojo en una edad temprana de la vida y en una edad avanzada etc. pueden ser uno de los muchos factores que ayuden a tomar decisiones en el área de mercadotecnia para lanzar productos a la venta.

### **Referencias**

- [1] Rivas, J. y Grande, I. Sexta edición. (2010). Capítulo 2. La integración interdisciplinar y el estudio de las necesidades. Comportamiento del consumidor. Decisiones y estrategia de marketing. Madrid. Alfa omega, ESIC editorial. ISBN: 978-84-7356-717-6. pp. 45-56