

## Comportamiento del consumidor

### Consumer behavior

María de los Ángeles Miguéles-Juárez<sup>a</sup>, Luis F. C. González-Reséndiz<sup>b</sup>

#### Abstract:

Consumer behaviour is the study of how individuals decide to spend their available resources (such as time, money and energy) on goods and services. This study analyses factors such as consumer motivations, preferences, perceptions, attitudes and behaviours, as well as the social, cultural and psychological influences that influence their purchasing decisions. Understanding consumer behaviour is crucial for companies, as it allows them to adjust marketing strategies and offer products and services that effectively meet customer needs.

#### Keywords:

Behaviour, individual, study, consumer.

#### Resumen:

El comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos deciden gastar sus recursos disponibles (como tiempo, dinero y energía) en bienes y servicios. Este estudio analiza factores como las motivaciones, preferencias, percepciones, actitudes y comportamientos del consumidor, así como las influencias sociales, culturales y psicológicas que influyen en sus decisiones de compra. Comprender el comportamiento del consumidor es crucial para las empresas, ya que les permite ajustar las estrategias de marketing y ofrecer productos y servicios que satisfagan eficazmente las necesidades de los clientes.

#### Palabras Clave:

Comportamiento, individuos, estudio, consumidor.

### Introducción

El comportamiento del consumidor implica cómo las personas eligen qué comprar para satisfacer sus necesidades dentro de sus limitaciones de ingresos. Se basa en teorías como la utilidad marginal decreciente y la restricción presupuestaria. Los consumidores buscan maximizar su satisfacción equilibrando los beneficios y costos del consumo de bienes. La curva de demanda muestra la relación entre el precio y la cantidad demandada de un bien. La utilidad marginal decreciente indica que la utilidad adicional de un bien disminuye con cada unidad consumida. Los cambios en los ingresos y los precios pueden alterar las decisiones de compra. Los consumidores buscan obtener el máximo valor por su dinero. Las preferencias individuales y las percepciones de valor influyen en las decisiones de compra. La publicidad y el marketing pueden influir en el

comportamiento del consumidor. En resumen, el comportamiento del consumidor implica tomar decisiones racionales para maximizar la satisfacción personal dadas las circunstancias económicas y las preferencias individuales.

El comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos, grupos y organizaciones seleccionan, compran, usan y disponen de bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos. Comprender el comportamiento del cliente es muy importante para las empresas porque les permite desarrollar mejores productos y servicios, fijar precios adecuados, elegir canales de distribución adecuados y comunicarse de forma eficaz. Algunos de los factores clave que influyen en el comportamiento del consumidor son:

Factores culturales (cultura, subcultura, clase social).

<sup>a</sup> Autor de Correspondencia, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior Tepeji del Río | Tepeji del Río de Ocampo-Hidalgo | México, <https://orcid.org/0009-0006-1098-4754>, Email: [mi475472@uaeh.edu.mx](mailto:mi475472@uaeh.edu.mx)

<sup>b</sup> Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior Tepeji del Río | Tepeji del Río de Ocampo-Hidalgo | México, <https://orcid.org/0009-0007-3016-1365>, Email: [go423346@uaeh.edu.mx](mailto:go423346@uaeh.edu.mx)

Factores sociales (grupos de referencia, familia, roles y estatus)

Factores personales (edad, etapa del ciclo vital, ocupación, condiciones económicas, estilo de vida, personalidad y confianza en uno mismo).

Factores psicológicos (motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitudes).

Una comprensión profunda del comportamiento del consumidor permite a las empresas anticipar y satisfacer mejor las necesidades de los clientes, lo que se traduce en mayores ventas, lealtad y posicionamiento en el mercado. Es una herramienta clave para el éxito comercial.

## Referencias

[1] Sabry, F. (12 de febrero de 2024). Elección del consumidor: Dominar la elección del consumidor, una hoja de ruta para una toma de decisiones informada. Mil Millones De Conocimientos [Spanish]. [https://www.google.com.mx/books/edition/Elecci%C3%B3n\\_del\\_consumidor/OiL0EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0](https://www.google.com.mx/books/edition/Elecci%C3%B3n_del_consumidor/OiL0EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0)

[2] Nora Hilda González Durán, Dr. Edalid Álvarez Velázquez, Dr. Lázaro Salas Benítez, M.I. Federico Gamboa Soto, Dr. Javier Guzmán Obando. (3 de noviembre de 2020). Proyectos De Investigación 2020. Palibrio. [https://www.google.com.mx/books/edition/Proyectos\\_De\\_Investigaci%C3%B3n\\_2020/iGILEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0](https://www.google.com.mx/books/edition/Proyectos_De_Investigaci%C3%B3n_2020/iGILEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0)

[3] Milena, A., & Carrillo Rodríguez Alvarez Cano (lili. ), L. A. C. R. (28 de febrero de 2020). Comportamiento espacial de compra: Caso de estudio Centro Comerciales de Cali, Colombia. PROGRAMA EDITORIAL UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE. [https://www.google.com.mx/books/edition/Comportamiento\\_espacial\\_de\\_compra/NqwhEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0](https://www.google.com.mx/books/edition/Comportamiento_espacial_de_compra/NqwhEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0)

[4] Camarena Gómez, D. M. J. (2020). Estrategias para atender las tendencias de mercados diversificados (Alma Teresita del Niño Jesús Velarde Mendivil, Lizbeth Salgado Beltrán). Jorale Editores. [https://www.google.com.mx/books/edition/Estrategias\\_para\\_atender\\_las\\_tendencias/7VxQEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0](https://www.google.com.mx/books/edition/Estrategias_para_atender_las_tendencias/7VxQEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0)

[5] Sabry, F. (24 de enero de 2024). Segmentación de mercado, Cómo desbloquear el éxito del marketing, una guía completa para la segmentación del mercado (Guilherme Costa). Mil Millones De Conocimientos [Spanish]. [https://www.google.com.mx/books/edition/Segmentaci%C3%B3n\\_de\\_mercado/iYfwEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0&kptab=overview](https://www.google.com.mx/books/edition/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado/iYfwEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0&kptab=overview)

[6] Infografía e imágenes derechos a Canva.



Figura 1. Infografía, Comportamiento del consumidor