

Comportamiento del consumidor Consumer behavior

Guadalupe S. Ramírez-Sánchez^a, Kenia E. García-Cruz^b, Heber J. Ortiz- González^c

Abstract:

In this work we are going to see the most relevant factors in the marketing area., concentrating specifically on the issue of consumer behavior and what are the factors that most influence this to be carried out, as well as some aspects to consider for excellent results in the organization and / or company.

Keywords:

Behavior, company, consumer, marketing

Resumen:

En este trabajo vamos a ver de los factores más relevantes en el área de la mercadotecnia, concentrándonos específicamente en el tema del comportamiento del consumidor y de cuáles son los factores que más influyen para que este se lleve a cabo, al igual de algunos aspectos a considerar para unos excelentes resultados en la organización y/o empresa.

Palabras Clave:

Comportamiento, empresa, consumidor, marketing

Introducción

El estudio del comportamiento del consumidor se origina de la definición actual del marketing que se centra en las necesidades del consumidor. Difícilmente podríamos satisfacer de forma correcta las necesidades del cliente, tanto el actual como el potencial, sin un conocimiento previo de los bienes y servicios que desea y de las actividades que realiza para adquirirlos. Por tanto, la tarea del marketing es comprender, explicar y predecir las acciones relacionadas con el consumo.

El comportamiento del consumidor se refiere a las actividades que realiza una persona o una organización desde que tiene una necesidad hasta el momento en que realiza la compra y usa después el producto. El estudio de tal comportamiento incorpora el análisis de todos los factores que intervienen en las acciones realizadas.

^a Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, <https://orcid.org/0000-0002-0992-2955>, Email: ra443666@uaeh.edu.mx

^b Autor de correspondencia, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, <https://orcid.org/0000-0003-0150-2080>, Email: ga383965@uaeh.edu.mx

^c Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, <https://orcid.org/0000-0002-0190-7611>, Email: or382783@uaeh.edu.mx

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

¿Qué es?

Son los actos, procesos y relaciones sociales sostenidas por individuos, grupos y organizaciones para la obtención, uso y experiencia consecuente con productos, servicios y otros recursos.

Factores que influyen en el estilo de vida de los consumidores

Los factores básicos que influyen en el estilo de vida de los consumidores son de dos tipos, externos e internos

Externos

 Cultura	 Familia	 Ciclo de vida del consumidor
 Estrato social o nivel socioeconómico.	 Grupos de referencia	 Aspectos demográficos

Cultura
Hace referencia a las normas culturales que definen lo que un consumidor puede o no puede comprar. El consumidor debe seguir las normas que se encuentran dentro de su entorno.

Estrato social o nivel socioeconómico.
Son divisiones relativamente permanentes y homogéneas dentro de una sociedad en la que los individuos comparten estilos de vida y conductas similares.

Familia
Las decisiones al momento de la compra pueden ser tomadas por los integrantes de la familia.

Ciclo de vida del consumidor
Existen varias etapas durante la vida de las personas, siendo así, en cada una se compran diferentes cosas pues la necesidad va cambiando dependiendo de la etapa en la que te encuentres.

Grupos de referencia
Son dos o más individuos que comparten un conjunto de valores, normas y creencias, y cuyo comportamiento se relaciona entre sí. Se dividen en aspiracionales, en este grupo se desea pertenecer; y disociativos en donde no se desea pertenecer, pues ya se alcanzaron las metas del individuo.

Aspectos demográficos
Los aspectos demográficos influyen en el estilo de vida, particularmente en lo relacionado a ingreso, edad, situación geográfica.

Internos

Emociones, Motivaciones, Aprendizaje, INTERNOS, Impulsos, Percepción, Necesidades



Referencias

- [1] Sánchez, D. (2015). Comportamiento del consumidor en la búsqueda de información de precios on-line. Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad Autónoma de Madrid.
- [2] Fisher, L., & Espejo, G. (2017). Mercadotecnia (5 ed.). Ciudad de México: Mc Grae Hill.
- [3] Salinas, K., & León, W. (2016). Comportamiento de compra del consumidor de bares de coctelería en la ciudad de Trujillo. Tesis, Universidad Privada del Norte., Trujillo.
- [4] Pérez, A. (18 de agosto de 2017). Mercaktiva. El blog de Mercadotecnia.
- [5] PuroMarketing, (2019), "El nuevo consumidor digital-first y los cambios de comportamiento en su relación con las marcas"
- [6] Myriam Quiroa (25 de julio, 2019). Comportamiento del consumidor. Economipedia.com
- [7] Rodríguez, P, Sergio, (2021). Consumidor consciente. Un recorrido por su toma de decisiones, Ed. Esic.
- [8] Solomon R, Michael, (2017). Comportamiento del consumidor, décima edición, Ed. Pearson.
- [9] Schiffman, León, (2018). Comportamiento del consumidor, décima edición, Ed. Pearson.