

Unidad I

El consumidor



¿Qué es el comportamiento?

El comportamiento se refiere a la manera en que los individuos interactúan entre sí en el entorno laboral, y cómo esta interacción influye en el rendimiento y la productividad de una organización. El comportamiento organizacional se enfoca en el estudio de cómo los individuos y los grupos interactúan dentro de una organización, y cómo las estructuras, los procesos y las culturas organizacionales pueden ser diseñados y gestionados para mejorar la efectividad y el desempeño.



¿Qué es un consumidor?



Un consumidor es aquella persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores les facilitan y que deciden demandar a cambio de dinero para satisfacer alguna necesidad en el mercado, por lo tanto, el consumidor es el actor final de cualquier transacción de producción.

¿Qué es el comportamiento del consumidor ?

Algunos de los factores que influyen en el comportamiento del consumidor incluyen las necesidades y deseos, la percepción de los productos y servicios, la motivación, el aprendizaje, la personalidad y los valores culturales. Los estudiantes pueden aprender sobre estas influencias a través de estudios de mercado, encuestas y análisis de datos de ventas.

En resumen, el comportamiento del consumidor es un tema importante para los alumnos porque les ayuda a entender cómo las personas toman decisiones de compra, lo que es crucial para el éxito en muchos campos relacionados con los negocios y el marketing.



¿Por qué es importante para las empresas entender el comportamiento del consumidor?



Les permite adaptar su oferta de productos o servicios a las necesidades y deseos de los consumidores, lo que a su vez aumenta las posibilidades de éxito en el mercado.

Comprender cómo piensan y actúan los consumidores, las empresas pueden tomar decisiones más informadas sobre qué productos ofrecer, cómo promocionarlos, cómo fijar los precios y cómo distribuirlos.

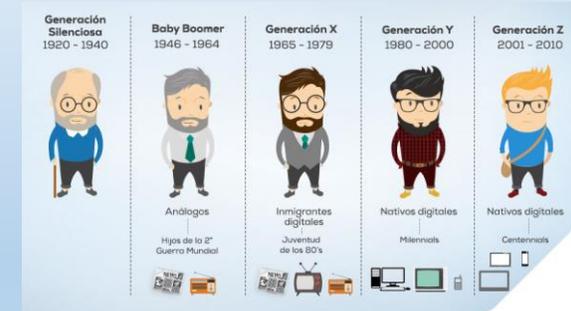
Además, al conocer mejor a los consumidores, las empresas pueden mejorar la calidad de sus productos o servicios y ofrecer un mejor servicio al cliente. Esto a su vez puede aumentar la fidelidad de los clientes y la reputación de la marca.



Características del consumidor

EDAD:

Los consumidores pueden ser jóvenes, adultos o ancianos, y cada grupo de edad tiene diferentes necesidades y preferencias de compra.



GÉNERO:

Los consumidores pueden ser hombres o mujeres, y algunas categorías de productos se dirigen específicamente a un género en particular.

NIVEL DE EDUCACIÓN:

Los consumidores con diferentes niveles de educación pueden tener diferentes conocimientos y habilidades de compra.



DIFERENTES INGRESOS:

Los consumidores con diferentes niveles de ingresos pueden tener diferentes presupuestos y prioridades de gasto.



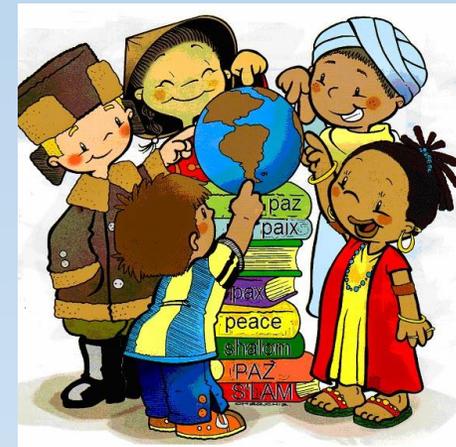
PERSONALIDAD:

Los consumidores pueden tener diferentes personalidades y rasgos psicológicos, lo que puede influir en sus decisiones de compra.



CULTURA:

Los consumidores pueden pertenecer a diferentes grupos culturales y étnicos, lo que puede influir en sus preferencias de compra.



ESTILO DE VIDA:

Los consumidores pueden tener diferentes estilos de vida, como deportistas, músicos, viajeros, etc., lo que puede influir en sus necesidades y preferencias de compra.



COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES:

Pueden tener diferentes patrones de compra, como compradores impulsivos, ahorradores, buscadores de ofertas, etc.

Tipos de consumidores

Por su comportamiento de compra:

- Consumidores rutinarios
- Consumidores de búsqueda limitada
- Consumidores de búsqueda extensa
- Consumidores impulsivos

Por su estilo de vida:

- Consumidores activos
- Consumidores pasivos
- Consumidores orientados a la familia
- Consumidores orientados al trabajo

Por su personalidad:

- Consumidores introvertidos
- Consumidores extrovertidos
- Consumidores emocionales
- Consumidores racionales



Factores que influyen en el consumidor

Existen varios factores que pueden influir en el estilo de vida del consumidor, algunos de los más importantes son:

Demográficos:

- Ingresos Educación
- Estado civil
- Ubicación geográfica

Por ejemplo, una persona soltera no gasta lo mismo que un adulto con familia o independiente.

Culturales:

Las normas y valores culturales también pueden influir en el estilo de vida de una persona.

Por ejemplo, los valores culturales de una sociedad pueden influir en las decisiones de compra de los consumidores.

Psicológicos

- La personalidad
- Las actitudes
- Las creencias
- Las experiencias
- Los eventos de vida

De una persona también pueden influir en su estilo de vida.

Sociales:

- Los grupos de referencia:
- Como la familia
- Los amigos
- Los compañeros de trabajo

Pueden influir en las decisiones de compra y el estilo de vida de una persona. La pertenencia a ciertos grupos sociales también puede influir en el estilo de vida de una persona.

Ambientales:

El entorno físico y social también puede influir en el estilo de vida de una persona.

Por ejemplo, la accesibilidad a opciones saludables de alimentos y la disponibilidad de opciones de ejercicio pueden influir en la elección de estilo de vida de una persona.

Tecnológicos:

La tecnología también puede influir en el estilo de vida de una persona

Por ejemplo, la capacidad de trabajar desde casa o las opciones de compra en línea pueden influir en las elecciones de estilo de vida de una persona.