

Nombre de la alumna: Angélica Figueroa García

Nombre del profesor: Aldo Irecta

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Investigación de mercados

Grado: 6to Cuatrimestre

Grupo: Único

Estudio del comportamiento del consumidor

Se centra en las necesidades del consumidor

Presenta ciertas dificultades, por sus características peculiares, ya que es complejo, cambia con el ciclo de vida del producto y varía según el tipo de productos

Para conocer el comportamiento de los consumidores es necesario apoyarse en las ciencias sociales, en especial la psicología y la antropología

Entre más especializado es el bien que compramos, más complejos son los procesos de toma de decisiones

Los bienes de consumo masivo normalmente conllevan procesos más simples

Se refiere al conjunto de actividades que lleva a cabo una persona o una organización desde que tiene una necesidad hasta el momento que efectúa la compra y usa, posteriormente, el producto

A efectos de clasificación y sistematización, suele distinguirse entre el comportamiento del consumidor particular o consumidor final y el comportamiento de las organizaciones

El comportamiento del consumidor describe dos tipos diferentes de entidades de consumo

El consumidor personal y el consumidor organizacional

El consumidor personal compra bienes y servicios para su propio uso, para el uso del hogar, o como un obsequio para un tercero

También incluye el análisis de todos los factores que influyen en las acciones realizadas

Incluye los siguientes aspectos

El comportamiento de compra o adquisición, individual o en grupo

El comportamiento de uso o consumo final de los bienes y servicios adquiridos por uno mismo o por terceras personas

Los factores internos y externos al individuo que influyen en el proceso de compra y en el uso o consumo del producto adquirido

El estudio del comportamiento de las organizaciones abarca la compra y consumo por parte de empresas