

UNIVERSIDAD DEL SURESTE



COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Enrique Romero Farrera

Investigación de mercado

Aldo Irecta Najera

29 de mayo del 2020

Correo electrónico: enrique0760719@hotmail.com

Comportamiento del consumidor

En el siguiente ensayo definiremos los conceptos de consumidor y comportamientos del mismo así como la evolución que han tenido los consumidores, las herramientas que están formado parte de su entorno y los factores interno que influyen en la toma de decisión de sus compras.

El consumidor

El consumidor es una persona u organización que tiene necesidades y busca satisfacerlas a cambio de dinero, es decir es un agente económico con diversas necesidades.

Comportamiento del consumidor

El comportamiento de compra del consumidor se refiere a la forma en que compran los consumidores finales individuos y hogares que adquieren bienes y servicios para consumo personal. Todos estos consumidores finales combinados constituyen el mercado del consumidor.

“son los procesos que un consumidor utiliza para tomar decisiones de compra, así como para usar y disponer de los bienes o servicios adquiridos; también incluye factores que influyen en las decisiones de compra y uso del producto”.² (Lamb, Hair, Mc Daniel, 2006).

El comportamiento del consumidor se refiere a una serie de actividades que este realiza desde que tiene la necesidad hasta que logra satisfacerla, El estudio del comportamiento 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.

En la actualidad los hábitos de compra de consumidores han evolucionado considerablemente, puesto que se han vuelto más exigentes, es decir ya saben lo que quieren Este tipo de consumidor basa sus experiencias de compra en el apoyo de la tecnología; es decir para satisfacer sus necesidades utiliza medio digitales como PC, Laptop, dispositivos móviles etc. puesto que le permiten realizar compras desde la comodidad de su hogar, y si por si esto fuera poco, también es posible recibir tus compras en tu domicilio por lo tanto este tipo de consumidores simplifican tiempo y esfuerzo para satisfacer sus necesidades.

Los factores básicos que influyen en el estilo de vida de los consumidores son de dos tipos, externos e internos, entre los primeros están: cultura, valores, aspectos demográficos, estatus social, grupos de referencia,

Hogar. Entre los segundos están: personalidad, emociones, motivos, percepciones y aprendizaje.

Determinantes internos del comportamiento del consumidor

Existen 5 factores de compra que influyen en el comportamiento del consumidor, la motivación que es el reconocimiento por parte del consumidor de una necesidad o problema que tiene que resolver.

La percepción

Es el proceso por el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan la información para formarse una imagen inteligible del mundo. La percepción es selectiva; es decir, se percibe lo que interesa. Un mismo producto puede ser percibido de forma distinta por diferentes consumidores.

Actitud

Las actitudes son predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable a un objeto o clases de objetos. Las actitudes se desarrollan a lo largo del tiempo a través de un proceso de aprendizaje.

Están afectadas por las influencias familiares, los grupos sociales a los que se pertenece o se aspira a pertenecer, la información recibida, la experiencia y la personalidad.

Características demográficas del consumidor

Las variables demográficas hacen referencia a los atributos biológicos del individuo, a su situación familiar y a su localización geográfica. Entre ellas cabe considerar, como más importantes, las siguientes: Edad, Género, Estado civil, etc.

Características socioeconómicas del consumidor

Las características socioeconómicas muestran el estatus social de los consumidores es decir la posición económica, el nivel académico, sus patrimonios, etc.

Características psicográficas del consumidor

Este tipo de característica es un poco difícil de medir ya que evalúa el ritmo de vida de los consumidores, El estilo de vida es el patrón de vida de una persona, expresado en su psicografía. El tiempo que invierte a diversiones, sitios que visitan entre otros.

Conclusión

A través de este ensayo logramos conocer como existen factores internos y externos que influyen y determinan la compra de los consumidores. De igual forma conocimos como definen al consumidor y los comportamientos de los consumidores autores como Laura Fisher y Philip Kotler considerado este último como el padre de la mercadotecnia. Como ha evolucionado y modificado sus hábitos de compra de los consumidores con la ayuda de la tecnología.

Referencias:

- Fisher, L. y Espejo J. (2011). Mercadotecnia 4ta Edición. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
Editorial Mc Graw Hill
- Kotler & Armstrong. (2008). Fundamentos de marketing 8va Edición. Ciudad de México: Pearson education.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 29 de Mayo del 2020