



DOCENTE: IRECTA NÁJERA ALDO

MATERIA: INVESTIGACION DE MERCADOS

TRABAJO: ENSAYO

ALUMNA: RUIZ DEARCIA BRENDA NALLELI

6° CUATRIMESTRE

30 DE MAYO DE 2020

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El comportamiento del consumidor 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. El estudio de tal comportamiento incluye también el análisis de todos los factores que influyen en las acciones realizadas.

A efectos de clasificación y sistematización, suele distinguirse entre el comportamiento del consumidor particular o consumidor final incluye los siguientes aspectos:

El comportamiento de compra o de adquisición, individual o en grupo. Abarca todas las actividades desarrolladas para obtener un bien o servicio, incluido el pago del mismo. El comportamiento de uso o consumo final de los bienes y servicios adquiridos por uno mismo o terceras personas.

Es el estudio de los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y deshacer los productos y servicios que consideran satisfacer sus necesidades. Se enfoca en la forma que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo.

Es el entendimiento del ser humano, sus necesidades, sus deseos, las emociones, los sueños y aspiraciones. Entender las razones por las cuales consume una categoría específica de producto, identificar los procesos racionales y emocionales en la selección de una marca, la mayoría de las cosas que compramos tienen un alto contenido emocional el cual se desenvuelve el consumidor, los seres humanos somos muy influenciados y nos gusta seguir las tendencias marcadas por la cultura.

Para conocer el comportamiento de los consumidores es necesario apoyarse en las ciencias sociales, en especial la psicología y la antropología, es más especializado, más complejos son los procesos más simples, muchas veces dominados por la tradición y la costumbre y en los productos aun poco más especializados como el caso de los teléfonos celulares, los factores de estatus y prestigio juegan un rol preponderante. Hay otras categorías como es el caso de los automóviles en donde los procesos de exploración de marcas, diseños y recomendaciones de amigos y familiares.

Es así como vemos que el comportamiento del consumidor es un proceso el cual consiste en el estudio de los diferentes factores que intervienen cuando las personas o los grupos eligen, compran, utilizan o desechan productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades.

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

-El consumidor personal y el consumidor organizacional.

-El consumidor personal compra bienes y servicios para su propio uso, o como un obsequio para un tercero.

Los consumidores en el mercado.

Tiene las características de los mercados en términos demográficos, sociales y culturales. El conocimiento de las características de los consumidores tiene un papel sumamente importante para muchas para muchas aplicaciones del marketing, como definir el mercado de un producto, o decidir las técnicas adecuadas para dirigirse a cierto grupo de consumidores. Hay que añadir además que el consumidor tomara más o menos conciencia en el proceso de decisión en función de la duración del bien, y acentuara su análisis en aquellos bienes que, por sus características van a necesitar de un servicio de mantenimiento para poder ser utilizados durante el periodo de su vida normal.

El estudio del comportamiento del consumidor ha sido objeto de reflexión desde hace bastantes años, no obstante, su metodología ha variado hacia una fundamentación más científica con el objeto de mejorar las decisiones de marketing de cara el proceso de comunicación con el mismo.