



UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

Materia:

Investigación de mercados

Trabajo:

Ensayo “Comportamiento del consumidor”

Carrera:

Licenciatura En Administración de Empresas

6to Cuatrimestre

Modulo: 1

Alumno:

Guillermo Antonio Jimenez Moreno

Ing.:

Irecta Najera Aldo

30/05/2020

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En este ensayo mencionaremos características, formas de actuar, motivación, actitudes y percepción del consumidor a través de estudios del comportamiento del consumidor, donde analizaremos la forma que actúa el consumidor y como influye en su entorno las distintas estrategias de las organizaciones. Así como también todas las características que influyen alrededor del consumidor y que pueden modificar los hábitos del consumidor, como pueden ser las características demográficas, socioeconómicas, psicograficas del consumidor y la importancia de cada una de ellas.

El comportamiento del consumidor es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades.

Cuando hablamos del comportamiento del consumidor hacemos referencia 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. Incluye también el análisis de todos los factores que influyen en las acciones realizadas.

La Motivación la entendemos como el proceso de decisión de compra se inicia, como se ha indicado, con el reconocimiento de una necesidad. Esta necesidad habrá podido ser estimulada por un factor interno o externo. La motivación afecta directamente a los criterios específicos de evaluación de una necesidad.

Por otro lado tenemos la percepción, donde entendemos que es ver, oír, tocar, gustar algún objeto o acontecimiento. La percepción va del modo personal donde cada uno recibe estímulos que se expone. Un mismo producto puede ser percibido de forma distinta por diferentes consumidores, según los atributos o características del mismo que sean de su mayor interés.

A continuación tenemos las actitudes donde entendemos que están constituidas por tres componentes: las creencias, la valoración y la tendencia a actuar. Sabemos que se desarrollan a lo largo del tiempo a través de un proceso de aprendizaje. Las

personas suelen escoger lo que quieren oír o ver, se exponen a los medios de comunicación elegidos.

Las características demográficas del consumidor todas ellas influyen en las distintas fases del proceso de decisión de compra, así como sobre las restantes variables internas (motivación, percepción, aprendizaje y actitudes). Hacen referencia a los atributos biológicos del individuo, a su situación familiar y a su localización geográfica.

También tenemos las características socioeconómicas del consumidor en ellas entendemos las situaciones, estados alcanzados y conocimientos adquiridos. Cabe mencionar que es de gran importancia estas características para las organizaciones, ya que con eso saben identificar los hábitos de compra y los productos y servicios que pueden ofrecer en ese mercado.

Finalmente y muy importante tenemos las características psicográficas del consumidor, estas son más difíciles de medir. La personalidad es compleja y afecta de modo consistente y duradero al comportamiento y los estilos de vida son modos de vivir que se caracterizan por las formas en que la gente emplea el tiempo.

En conclusión podemos hacer mención de la importancia como organización de saber el comportamiento del consumidor, así como también saber los distintos gustos para poder predecir sus comportamientos, ya sea dentro de una organización al momento de su compra, así como también en el entorno para lograr satisfacer sus necesidades con nuestros distintos productos y servicios. Así como también las características siempre serán muy importante al momento de hacer un estudio a los consumidores, como pudimos ver, observar y enfocarnos en el consumidor para tener más amplios nuestros conocimientos.

Referencias

Antología investigación de mercados.

https://es.wikipedia.org/wiki/Comportamiento_del_consumidor