



**INVESTIGACION DE MERCADOS
ENSAYO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

**ALDO IRECTA
GOMEZ SANTIS ESTEBAN**

LIC. ADMINISTRACION DE EMPRESAS

30/MAYO/2020

**RANCHERIA EL PROGRESO, MUNICIPIO DE LAS
MARGARITAS**

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Este estudio es muy amplio, ya que se basa en los clientes lo cual es muy relacionado con la mercadotecnia, que obviamente se relaciona a las necesidades del consumidor y así poder llegar a satisfacerlos. Pero más que nada este estudio está enfocado a las actividades que llevan a cabo las organizaciones, también está enfocado a los efectos de clasificación y la sistematización, del mismo modo estudia las compras y el consumo, pues esto abarca muchos aspectos lo cual está la del comportamiento de compra o adquisición, ya sea individual o por grupo, esto se refiere a poder obtener el bien o servicio según sea la necesidad del consumidor.

Los factores internos que influyen en el comportamiento se dice que se agrupan en cinco; los cuales son: Motivación, Percepción, Experiencias, Actitudes y Características Demográficas del consumidor.

1.- MOTIVACION

Afecta los criterios ante la evaluación de una necesidad y con esto se puede decir que se clasifica de la siguiente manera:

1. Fisiológicas o psicológicas
2. Primarios o selectivos
3. Racionales o emocionales
4. Consientes o inconscientes
5. Positivos o negativos

2.- PERCEPCION

Es lo que se puede predecir como tocar, ver, oír, gustar y oler.

Es un modo personal para presentar y dar sentido a lo que se expone.

Es un proceso para seleccionar, organizar e integración, se basa en cuatro etapas:

1. La exposición de la información
2. La atención prestada
3. La comprensión o interpretación del mensaje
4. La retención de la información en la memoria

3.- ACTITUDES

Se desarrollan a un tiempo determinado ya que es un proceso de aprendizaje.

Se llevan en cuatro funciones:

- ✓ Utilizaría
- ✓ Expresiva de valor
- ✓ Ego defensiva
- ✓ Organización del consumidor

4.- CARACTERISTICAS DEMOGRAFICAS DEL CONSUMIDOR

Son características del comprador que en pocas palabras; son fáciles de medir, ya que es la fase del proceso de compra.

Esto hace referencia a los atributos biológicos, situación familiar y la localización geográfica, se puede considerar lo siguiente:

- Genero
- Edad
- Estado civil
- Posición familiar
- Número de miembros de la familia
- Hábitat en el que residen

BIBLIOGRAFIA

- ❖ ANTOLOGIA DE INVESTGACION DE MERCADOS UNIDAD 2
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR