



# **Mapa Conceptual Comportamiento del Consumidor**

**Alejandro de Jesús Sánchez Rosas**

**Universidad del Sureste**

**Administración de la Mercadotecnia**

**Mtro. Gerardo Garduño Ortega**

Comitán Chiapas 17 de Octubre de 2020.

**PASIÓN POR EDUCAR**

# ¿QUE ES EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR?

Es el proceso de decisión, influencias y acciones que realiza un consumidor cuando compra un producto.

## Motivación:

Se define como la fuerza impulsora dentro de los individuos que los empuja a la acción. Esta fuerza impulsora se genera por un estado de tensión que existe como resultado de una necesidad insatisfecha."

Criterios Contrapuestos o Complementarios

Psicológicos o Fisiológicos  
Primarios o Secundarios  
Racionales o Emocionales  
Conscientes o inconscientes  
Positivos o Negativos

## Funciones de Compra:

Es el camino que un potencial cliente recorre antes de realizar una compra. También conocido como Buyer's Journey, el Proceso de **Compra** generalmente tiene 4 etapas: "aprendizaje y descubrimiento", "reconocimiento del problema", "consideración de la solución" y "decisión de compra"

Conocer las características del Consumidor, Geográficas o Demográficas.

Lugar y condiciones de Vida  
Genero y Edad  
Nivel Académico  
Nivel de Ingresos  
Gastos Mensuales

## Procesos de Compra:

Esta formado por una serie de fases o etapas secuenciales cuya importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra que se efectue.

### COMPLEJIDAD BAJA

(rutina, habito, inercia)

Compra de Repeticion  
Compra Frecuente  
Compra por impulso  
Compra de bajo involucramiento  
Producto de Bajo precio

### COMPLEJIDAD ALTA

(proceso largo /laborioso)

Primera compra  
Compra Esporadica  
Compra Razonada  
Compra de alto involucramiento  
Producto de alto precio

## Modelos de Comportamiento de Compra:

El **modelo** económico de **comportamiento** del **consumidor** se centra en la idea de que el objetivo de **compra** de un **consumidor** se basa en todos los casos, en obtener los mayores beneficios posibles al menor coste.

**Los Modelos de comportamiento del consumidor** sirven para organizar nuestras ideas relativas a los consumidores en un todo congruente, al identificar las variables pertinentes, al descubrir sus características fundamentales y al especificarlas como las variables se relacionan entre sí.

Modelo de Marshall  
Modelo de Pavlov  
Modelo de Veblen  
Modelo de Freud  
Modelo de O'Shaughnessy