



ADMINISTRACION DE EMPRESAS

NOMBRE DE LA ALUMNA: ABDELENI CHUN ORTIZ

ACESOR ACADEMICO: RONAL SALAZ

MATERIA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

TRABAJO: ENSAYO

(COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR)

GRUPO: "A "

GRADO: 5to CUATMERISTRE

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS A 12 DE MARZO DEL 2021

EL CONSUMIDOR

El presente ensayo se basara sobre el consumidor

¿QUE ES EL CONSUMIDOR?

El consumidor es toda aquella persona que compra o presta servicios para su consumo, ya que el consumidor tiene ciertas necesidades las cuales satisface a partir de compras de algunos productos que van de acuerdo a la necesidad que tiene, los productos que adquieren pueden ser: productos de limpieza, productos de cocina o productos de uso personal.

Si bien todas la personas consumimos diariamente pero lo que no sabemos es que existen varios tipos de consumidores, esto se debe a que cada consumidor es diferente algunos suelen ser muy estrictos en el momento de adquirir algún producto o viceversa algunos pueden ser muy indecisos. El que consumamos productos (no solo comestibles) si no varios productos en general ayuda el marketing aumentar su nivel de producción y ingreso, debido a esto el consumo es la pieza fundamental del mercado ya que es un actor vital para el desarrollo de la economía.

En el transcurso de los años a ido avanzando la tecnología y con ello el crecimiento y desarrollo de las sociedades de consumo, esto se debe a que el concepto de consumo ha ido cambiando y adaptándose a la nueva normalidad que vivimos actualmente.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En el trascurso de los años han hecho un estudio económico para poder comprender cual es el comportamiento del consumidor. Cada consumidor se comporta diferente al momento de adquirir algún producto debido a esto el mercado a implementado diversas estrategias como encuestas o entrevistas con la finalidad de poder saber que producto le gusta o no al consumidor, ya que cada consumidor compra productos que satisfaga sus necesidades o se sienta identificado con alguno en particular.

TIPOS DE CONSUMIDORES

POR LA FORMA DE ADQUIRIR O SATISFACER

CONSUMIDOR POR NECESIDAD: este consumidor compra productos para satisfacer sus necesidades, suele hacer sus compras en cualquier tienda o supermercado, es decir no tiene un lugar fijo para hacer su compra.

CONSUMIDOR OPCIONAL: compra para satisfacer su necesidad pero no de manera inmediata, es decir que va comprar algún producto cuando en realidad lo necesite.

CONSUMIDOR HABITUAL: es la persona que compra productos todos los días en el mismo lugar.

COMPRADORES DE IMPULSO: se trata de consumidores que toman decisiones de compra no planificada.

CONSUMIDORES OPTIMISTAS: suelen ser muy analíticos y piensan antes de comprar, son muy curiosos y necesitan la opinión de terceros para poder comprar un producto.

CONSUMIDOR TRADICIONAL: son las personas que siguen las costumbres de la familia en la compra de productos, esto sucede porque quizá el producto que utilizan son de calidad, están a un buen precio o porque salen demasiado bueno y no pierden el tiempo en estar buscando otro tipo de producto, este consumidor casi es igual al consumidor fiel, ellos suelen ser fieles a la compra del producto.

POR SU PREFERENCIA

POR LA PRESENTACION: la mayoría eligen el producto porque es de calidad y está limpio a veces por el logo que tiene les puede parecer atractivo o curioso, y se dejan llevar por la presentación cuando en realidad no necesitan tanto el producto.

POR EL TIPO DE PRODUCTO: existen varios productos estos a su vez se dividen en "clases" ya que hay productos caros que son de calidad y por lo regular las personas están dispuestas a pagar el precio que se presenta.

FACTORES AMBIENTALES

CULTURA

A lo largo de los años la cultura ha ido modificándose esto se debe a que la sociedad ahora opta por productos modernos (ropa de moda o alimentos preparados), todo esto ha originado un cambio de estilo de vida ya que las costumbres de antes ya no se suelen hacer. La sociedad ha cambiado mucho, ahora las mujeres y hombres optan por tener un mejor físico lo cual hacen que se interesen más por la moda, esto también radica en las largas jornadas de trabajo y esto hace que algunas personas opten por compra de comida rápida (comida preparada).

SUBCULTURA: está enfocado en los adolescentes y jóvenes en esta etapa es cuando empiezan a tener un sin de inquietudes quieren saber cuál es su identificación o que parte del grupo pertenecen. En esta etapa ellos están vulnerables ante cualquier situación por ello el mercado se aprovecha de ello y pone en marcha sus estrategias la cual consiste en hacer publicidad los productos que están en tendencia mediante personas que ellos admiran.

CLASES SOCIOECONOMICAS

Las clases socioeconómicas se refieren a la posición económica de la sociedad , la sociedad está dividida en 3 clases: clase alta, media y baja. Estas clases intervienen mucho en el mundo del consumidor porque las personas que tienen mayores recursos como (clase alta y media) optan por comprar más productos para su consumo y a un precio más alto, esto es una ventaja para el marketing ya que eleva su grado de productividad.

Por lo tanto la clase baja son las personas de bajo recursos ellos solo compran los productos que más necesiten esto se debe a que generan menor ingreso y no puedan cubrir todos los gastos que se le presentan.

CLASES SOCIALES

Son grupos de referencia con el que el individuo se siente identificado, en nuestro alrededor existen varios grupos sociales los cuales se caracterizan por normas, roles, status, socialización y poder, cada individuo se integra en el grupo que mas le guste o con el que se sienta identificado.

CONCLUSION

En este ensayo se explicó cómo es el comportamiento del consumidor y que tipos de consumidores existen ya que cada consumidor es diferente por lo tanto el consumidor percibe la mayoría de las cosas que están a su alrededor y de qué manera influye en los factores que lo rodean. El consumidor siempre tiene la última palabra con respecto al destino de cualquier producto la actitud que toma al comprar un producto depende de muchos factores como la confianza, la información, la calidad, el conocimiento o la educación,.

Es por ello que diversas empresas utilizan un sinfín de mecanismos para poder satisfacer la necesidad de los consumidores de acuerdo al gasto de cada uno, estas necesidades las satisface a partir de mensajes publicitarios esto se da en todo lugar (en la calle, en el trabajo, en la T.V o en internet) lo hacen con la finalidad de que los consumidores compren el producto.