



**LICENCIATURA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**NOMBRE DE LA ALUMNA: ABDELENI CHUN ORTIZ**

**ASESOR ACADEMICO: RONAL SALAZ**

**MATERIA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

**TRABAJO: SUPER NOTA**

**(INFLUENCIAS PERSONALES Y PROCESOS Y COMPORTAMIENTOS DE COMPRA)**

**GRUPO: "A"**

**CUATRIMESTRE: 5TO CUARIMESTRE**

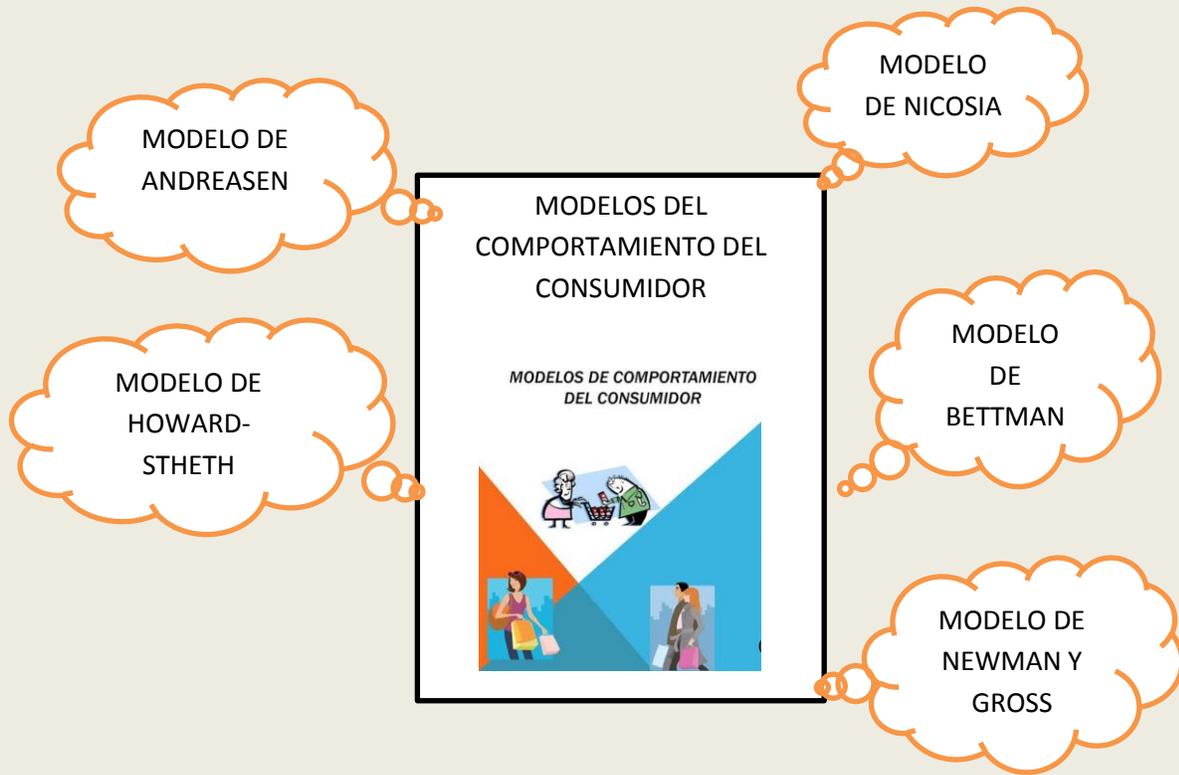
**FRONTERA COMALAPA CHIAPAS A 8 DE ABRIL DEL 2021**

# Comportamiento del consumidor

Esta enfocado en la forma en que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles ( tiempo, dinero y esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo



ESO INCLUYE



# INFLUENCIAS PERSONALES

## PERSEPCION DEL CONSUMIDOR

la forma en la que vemos el mundo que nos rodea



La percepción se define como el proceso por medio del cual un individuo selecciona, organiza e interpreta

Observable medible

registrable modificable

Los receptores sensoriales son los organos humanos

- OJOS
- OIDOS
- NARIZ
- BOCA
- PIEL

SENSACION

Es la respuesta inmediata y directa de los órganos sensoriales hacia los estímulos simples ( un anuncio, un paquete, un nombre de marca)

# PROCESOS Y COMPORTAMIENTOS DE COMPRA

Es un estado interno que impulsa a las personas a identificar y comprar productos o servicios



**MOTIVACION**



O negativa

**Motivación negativa**

Miedo a las consecuencias



Zoraida Rodríguez

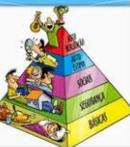
LA MOTIVACION DE LOS CONSUMIDORES ESTA ASOCIADA A LA JERARQUIA DE NECIDADES DE MASLOW

**JERARQUÍA DE NECESIDADES DE MASLOW:**

Postula 5 niveles básicos de necesidades humanas, clasificadas en orden de importancia desde necesidades del nivel más bajo (primarias o biogénicas) hasta necesidades de nivel superior (psicológicas).

Sugiere que un individuo trata de satisfacer necesidades de nivel inferior antes de que surjan necesidades de nivel superior.

Es aplicada ampliamente en procesos de segmentación y...



**NIVELES DE MOTIVACION.** La influencia incluye la familiaridad con la compra, el estatus, el costo y valor generales



La motivación puede ser de forma positiva

**Motivación positiva**

1. Recuerda los beneficios reales que podrá conseguir la persona.
2. Visualiza el resultado.
3. Ayuda a la persona a encontrar los motivos.
4. Hazle creer en que es capaz.
5. Sugiere, no ordenes.



Zoraida Rodríguez

Necesidades reconocimiento del problema

Información; búsqueda de información

**Proceso de compra**

**Proceso de Compra de un Consumidor**



Evaluación; evaluación de alternativas

Decisión de compra

Post-compra