



**Nombre Del Alumno: Sindi Berenice
Gálvez Morales**

Nombre Del Profesor: Lic. Ronal Salaz.

**Nombre Del Trabajo: Ensayo Sobre:
“El Consumidor (Tipos y factores)”**

**Materia:
“Comportamiento del Consumidor”**

**Grado:
5^a cuatrimestre Grupo “A”**

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de Marzo de 2021

“COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR”

El ser humano por naturaleza tiene la necesidad de consumir cualquier tipo de productos adquiriendo bienes y servicios para uso personal, ya que, cuando hablamos del Comportamiento del Consumidor nos basamos en comprender las razones que nos impulsan a las personas para poder adquirir bienes o servicios como una forma de satisfacer nuestros deseos y necesidades. Ya que cada individuo posee gustos y preferencias particulares que junto con nuestra limitación de presupuesto podemos llegar a adquirir. Veremos también los diferentes tipos de consumidores que pueden existir al momento de adquirir un producto: como pueden ser la búsqueda de un producto, su compra física, por ejemplo, el deseo de un producto, la lealtad hacia una marca de producto específico o la influencia psicológica producida por la publicidad. Conoceremos también los factores ambientales en las cuales nosotros como consumidores afectamos a cada uno de ellos y de qué manera interactuamos.

Como ya vimos el significado de lo que se refiere el comportamiento del consumidor, ahora veremos los diferentes tipos de consumidores que existen:

*POR LA FORMA DE ADQUIRIR EL SATISFACTOR: en este nos basamos a aquellos consumidores que compran por necesidad, de manera ocasional o habitual

*POR SU PREFERENCIA: estos consumidores son aquellos que eligen solo por la presentación que tiene o por el tipo de producto que es.

*POR SUS FACTORES DE COMPRA: estos son los consumidores que antes de hacer la compra nos realizamos una serie de preguntas para analizar si en verdad necesitamos de este producto (donde, quien, para que, etc.)

* POR SUS IMPULSOS DE COMPRA: estos consumidores se basan prácticamente a la comodidad de la compra y su uso (deseo de conformidad, importancia del tiempo, etc.)

*Por ultimo tenemos POR SUS PATRONES DE COMPRA: en este tipo de consumidores conocemos los procedimientos que efectúa el consumidor al adquirir sus satisfactores; tales procedimientos son indispensables para el fabricante, quien debe encargarse de que el producto esté en el sitio adecuado a la hora precisa. (Quien, donde, como, cuando, porque, para qué.)

Cabe destacar que una de las razones por las que nosotros como consumidores adquirimos un producto, es porque nos dará algún beneficio en particular, ya que todas las empresas tratan de innovar y buscar nuevas alternativas para que sus clientes los elijan y los pongan como prioridad, que además de satisfacer, tengan un precio accesible, aunque en ocasiones el consumidor compra un producto que no es accesible pero si necesario para su vida diaria.

A continuación describiremos los principales factores que intervienen en los procesos del pensamiento para la toma de decisiones, lo que nos conlleva a una acción.

+CULTURA: podríamos decir que es el factor determinante más elemental de los deseos y la conducta de una persona. Incluyendo los valores, las percepciones, las preferencias y las conductas básicas que una persona aprende de la familia o de alguien más.

+SUBCULTURA: En este factor nos basamos a la etapa de la adolescencia y juventud por la que atravesamos, ya que nuestro comportamiento como consumidor es muy alta en donde no solo buscamos pertenecer a un grupo, si no que sin importar si necesitamos o no el producto lo adquirimos porque queremos estar a la misma moda en la que están los demás.

+CLASES SOCIOECONÓMICAS: este es un factor en donde La clase social hace referencia a la posición de un individuo o familia en una escala social. Sin importar el ALTO-BAJO NIVEL (esto quiere decir que no importar en qué nivel estemos, el consumo que hacemos no tiene medida, podríamos consumir más los de bajos recursos o los de mas recursos)

+GRUPOS SOCIALES: este es un factor en donde nos enfocamos más a los grupos de referencia con los que el individuo se identifica y que influyen en la formación de sus creencias, actitudes y comportamientos. (Dependiendo a que grupo queramos pertenecer, esos serán nuestros consumos: ya sean deportivos, actores, música, etc.)

+Por ultimo está el de la FAMILIA: "Esta puede ser definida como dos o más personas relacionadas por sangre, matrimonio o por adopción y que residen conjuntamente", en este factor nuestro consumo será dependiendo en que situación nos encontremos, que quiere decir; que dependiendo al rol que juguemos en la familia nuestro consumo será basado en ello. Si todo lo que consumamos será solo para nosotros o si tenemos que compartir con alguien más.

Son factores muy importantes que debemos tener en cuenta nosotros como consumidores para saber de qué manera vamos a actuar y, lo más importante; conocer nuestras necesidades y saber cómo tomar nuestras decisiones de compra.

Llegue a la conclusión que cada una de las personas que Conformamos la sociedad, percibimos la realidad de diferente forma, por lo que a cada quien le llega un mensaje diferente en muchas ocasiones. Todas las personas prestamos más atención a las razones que en ese momento pueden satisfacer nuestras necesidades y a ignorar a los demás razones que no lo hacen. El consumidor siempre tiene la última palabra con respecto al destino de cualquier producto. La actitud que tomamos depende de muchos factores, que incluyen la confianza que nos genera la compañía que lo produce, la información, el conocimiento o educación con respecto a los ingredientes, aditivos, beneficios, etcétera, y los prejuicios. También es importante mencionar que la calidad de un producto es relacionada con su precio; si el producto es caro entonces muchos pueden percibir esto como un producto de Buena calidad aunque no lo sea; mucha gente que no conoce acerca del tema, prefiere guiarse de otras apariencias y consumir sin ver él porque es nuestro comportamiento de esa forma, es importante conocer más allá del tema para no tomar una decisión a la ligera en las cuales nos podamos arrepentir. Para lograr entender la forma en la que los consumidores se relacionan con una marca es una tendencia destacable en la actualidad, se aprecia que es necesario seguir investigando para aportar conocimientos demostrables que describan la realidad de las cosas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

<https://aprenderly.com/doc/932337/-sobre-el-comportamiento-del-consumidor-y-la-percep...>

<https://es.slideshare.net/shamira20/-comportamiento-consumidor>

<https://es.eserp.com/articulos/comportamiento-del-consumidor/>

Libro de comportamiento del consumidor UDS