



**Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez**

**Nombre del profesor: Aldo Irecta**

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico**

**Materia: Comportamiento del consumidor**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 5to cuatrimestre**

**Grupo: A**

# Procesos y comportamiento de compra

## Procesos de compra

El proceso de decisión de compra de un producto o servicio, en general, está formado por una serie de fases o etapas secuenciales cuya importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra que se efectúe.

Motivos racionales que impulsan a la compra  
El consumidor analiza los productos que satisfarán sus necesidades en cuanto a calidad, precio, cantidad, tamaño y volumen, entre otras características, y después, con un razonamiento, decide qué producto adquirirá.

## Modelación e investigación de procesos de compra

El desarrollo teórico de los modelos de comportamiento del consumidor se desarrollaron principalmente en los años sesenta, Howard fue pionero en desarrollar un modelo de decisión del consumidor en 1963, posteriormente vieron la luz otros modelos, complementarios o alternativos al de Howard

Los modelos económicos. Suelen ser modelos cuantitativos que se basan en la hipótesis de la racionalidad y el conocimiento casi perfecto de todas las variables que afectan a la compra. El consumidor compra analizando el producto para maximizar su utilidad, como por ejemplo la teoría del consumidor y la teoría de juegos.

Los modelos psicológicos, concentrados en los procesos psicológicos y cognitivos del ser humano, tales como la motivación y el reconocimiento de la necesidad.

Modelos de comportamiento del consumidor. Se trata de modelos funcionales utilizados mayoritariamente en el mundo del marketing y suelen combinar los modelos económicos y psicológicos.

Modelos Estocásticos: analizan la probabilidad de comprar una marca determinada. Las variables que se analizarán son la marca comprada anteriormente, los efectos externos, el historial de compra o una combinación de varios.

## Comportamiento del consumidor

El proceso de decisión del consumidor varía con el tipo de decisión de compra. Hay grandes diferencias entre los procesos de compra, por ejemplo, de un cepillo de dientes, de un perro o de un coche, así, las compras caras y complejas suelen implicar una mayor reflexión y un mayor número de participantes.

### Se distinguen cuatro tipos de comportamiento de compra

- Comportamiento complejo de compra
- Comportamiento de compra de continua evaluación
- Comportamiento de búsqueda variada
- Comportamiento habitual de compra

## Fases del proceso de decisión de compra y la Investigación del consumidor.

Entender el proceso de compra de un producto o servicio es clave para poder profundizar en el entorno inmediato del producto o servicio; fijarse exclusivamente en la compra dejaría al margen muchos matices quizá más relevantes que la compra misma, por ese motivo se estudia el proceso global con la intención de obtener una radiografía del consumidor

Todo comienza cuando al comprador le surge una necesidad o un problema que ha de resolver; es un "problema" porque el individuo detecta una diferencia entre su estado actual y el estado deseado tras la compra.