

Carrera de administración de estrategias de negocios

Alumno: Raúl Eduardo Jiménez Gómez

Maestro: Paulo Sergio Roblero Vázquez

Materia: Comportamiento del Consumidor

Cuatrimestre: 4to. Cuatrimestre

Tema: Cuadro Sinóptico

Unidad 4

Compra

Es la acción de adquirir un producto en el mercado, ya sea un bien o servicio. Al comprar una persona busca que el producto tenga los atributos y la calidad adecuada para sus necesidades y para ello dispone de un proceso de compra el cual es:

Es la serie de fases por los que pasa un consumidor antes de decidirse a adquirir un producto.

Comportamiento del consumidor

Son actos, procesos y relaciones sociales sostenidas por individuos, grupos y organizaciones para la obtención, uso y experiencia consecuyente con productos, servicios y otros recursos.

Búsqueda de información

Se necesita de ayuda para a realizar una buena compra en base a sus parámetros personales. Existen dos formas principales en las que se encuadran los consumidores que buscan información:

Atención intensificada

Búsqueda activa de información

Fases del proceso de decisión de compra

Evaluación de alternativas

Es la fase del proceso de compra en la cual el consumidor procesa la información sobre las diferentes marcas, orientándose a la decisión final. Los productos, por tanto, se muestran en la mente del consumidor como un conjunto de atributos. Cada atributo tendrá una función de utilidad:

La función de utilidad describe en qué grado varía la satisfacción del consumidor con un producto en función de los diferentes niveles de cada atributo. Utilidad en función del tiempo

Decisión de compra

Describe el proceso que un cliente pasa a la hora de comprar un producto.

Compra totalmente planificada.

Compra parcialmente planificada.

Compra no planificada.

Unidad 4

**Investigación del
consumidor**

Está enfocada en obtener información objetiva a través de una muestra estadística para ayudar a la empresa a crear productos y publicidad que incrementen las ventas y la rentabilidad y se divide en dos tipos de enfoques de investigación:

Investigación exploratoria: está diseñada para proporcionar perspectivas a un problema donde el fenómeno aún no se define con claridad.

Investigación para la resolución de problemas, concluyente: La información necesaria se define con claridad y se pretende que la muestra de la población sea grande y representativa.