

# **CUADRO SINOPTICO**

## **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

Ronal Salaz Pérez

### **PRESENTA EL ALUMNO:**

**Alejandro Pat Rodríguez**

### **GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**5° Administración de Empresas**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**Febrero, 2022**

# Procesos y comportamiento de compra

## Procesos de Compra

### Motivos racionales

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.

\*Economía

\*Eficiencia

### Motivos emocionales

Reacciones naturales por parte de una persona al hacer una compra.

\*Conformidad

\*Estatus

# Procesos y comportamiento de compra

## Modelación e investigación de procesos de Compra

### Modelo Andreasen

El modelo resalta la importancia que tiene la información en el proceso de toma de decisiones de los consumidores.

- \*Estimulo interno
- \*Percepción y filtración
- \*Disposición
- \*Resultado

### Modelo de Nicosia

Considera que el proceso de toma de decisiones ha de recorrer en el sujeto un camino que va de lo pasivo a lo activo.

- \*Predisposiciones
- \*Actitudes
- \*Motivaciones

### Modelo de Bettman

El consumidor es un individuo con capacidad limitada para obtener y procesar información, por eso, raramente suelen analizar consistentemente las alternativas ante una compra.

- \*Capacidad de procesamiento
- \*Motivación

# Procesos y comportamiento de compra

## Comportamiento del consumidor

### Comportamiento continua evaluación

Aunque el consumidor está bastante implicado en la compra, puede encontrar diferencias entre diversas marcas.

\*Compra compleja

### Comportamiento de búsqueda variada

Cuando hay implicación en la compra y existen grandes diferencias de marca, el consumidor suele decidir en base, precisamente, a la marca del producto o servicio.

\*Decisión de cambiar de marca

### Comportamiento habitual de compra

Los productos de bajo precio y consumo habitual suelen formar parte de un comportamiento de consumo rutinario.

\*Costumbre  
\*Familiaridad

# Procesos y comportamiento de compra

## Fases del proceso de decisión de Compra

### Reconocimiento del producto

Tensión, una carencia de algo que constituye un desequilibrio en el estado normal de individuo, es una intranquilidad y provoca un problema.

- \*Necesidad interna
- \*Necesidad externa

### Búsqueda de información

El consumidor se verá animado a buscar información que le ayude a realizar una buena compra en base a sus parámetros personales.

- \*Fuentes comerciales
- \*Fuentes publicas

### Decisión de compra

El consumidor se ha ido formando preferencias entre las distintas marcas o productos que se aceptan como alternativas. Probablemente pueda tener casi decidido qué comprar.

- \*Compra planificada
- \*Compra no planificada

# Procesos y comportamiento de compra

## Investigación del consumidor

### Investigación exploratoria

Se realiza para comprender más sobre los aspectos de la conducta de los consumidores, que serán seguidos de estudios más rigurosos.

\*Muestras pequeñas de consumidores

### Entrevista de grupo y personal

Ayuda a recopilar información que resulta de la interacción de un grupo cuando se enfoca a una serie de temas introducidos por un moderador de la discusión.

\*Encuestas

### Técnicas proyectivas

Suponen la presentación de un objeto, actividad o persona ambiguos y no estructurados, ante los consumidores, para que respondan.

\*Psico-dibujos  
\*Etnografías