



**Nombre de alumno: Damaris  
Gabriela Pérez Santizo.**

**Nombre del profesor: YANETH DEL  
ROCIO ESPINOSA ESPINOSA**

**Nombre del trabajo: SUPERNOTA**

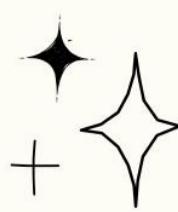
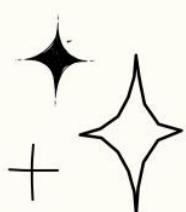
**Materia: MERCADOTECNIA  
NUTRICIONAL**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 8**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a **04 DE ABRIL DE 2023**



# EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Se centra en las necesidades del consumidor.

## 1 EL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO

Del consumidor final incluye los siguientes aspectos:

- \*El comportamiento de compra o adquisición. individual o en grupo.
- \*El comportamiento de uso o consumo final de los bienes y servicios adquiridos por uno mismo o por terceras personas.

## EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

# 2

Está formado por una serie de fases o etapas secuenciales cuya importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra que se efectúe. Se pueden identificar cinco fases. que se desarrollan de forma secuencial,

(rutina, hábito, inercia)

### COMPLEJIDAD BAJA.

- Compra de repetición.
- Compra frecuente.
- Compra por impulso.
- Compra de bajo involucramiento.
- Producto de bajo precio.

- (proceso laborioso/largo)
- Primera compra.
- Compra esporádica.
- Compra razonada.
- Compra de alto involucramiento.
- Producto de alto precio

### COMPLEJIDAD ALTA

## DETERMINANTES INTERNOS DEL COMPORTAMIENTO

# 3

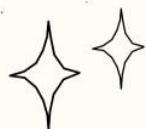
Los determinantes individuales o factores internos que influyen en el comportamiento de compra pueden agruparse en cinco tipos: la motivación, la percepción, la experiencia, las características personales las actitudes.

## LA COMPETENCIA

# 4

Desde la perspectiva de la mercadotecnia interesa conocer, sobre todo, el efecto que tienen las decisiones de la competencia en la estrategia comercial y en los resultados de la propia empresa.

El análisis de la competencia, tanto actual como potencial, requiere tener una información constante y permanente sobre la misma, para poder evaluar sus puntos fuertes y débiles que puedan constituir oportunidades o amenazas para la empresa.



(SURESTE, 2023)

## Referencias

SURESTE, U. D. (2023). *plataformaeducativauds*. Obtenido de plataformaeducativauds:  
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/c059d79f85ea8f1f9d9020a9a28c4bca-LC-LNU801.pdf>