



**NOMBRE DEL ALUMNO: Ximena Velasco Garcia**  
**NOMBRE DEL DOCENTE: Martinez Guillen Julibeth**  
**MATERIA: Comportamiento del consumidor**  
**TRABAJO: ensayo**

**ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS**

**INTRODUCCIÓN:** Hablaremos de lo que vimos en el cuatrimestre como por ejemplo ¿Qué es el consumidor?, los tipos del consumidor, la pirámide de las necesidades, el comportamiento del consumidor, los tipos de comportamiento de compra, ¿Qué es cultura?, ¿Qué es tradición?, la tasa de desempleo, las clases socioeconómicas, el mercado y sus tipos, los aspectos particulares del consumidor y la actitud y cambio de actitud

**DESARROLLO:** Empezaremos a hablar sobre el consumidor este es una persona o grupo que tiene la intención de utilizar bienes, productos o servicios adquiridos principalmente para las necesidades personales

Hay diferentes tipos de consumidores por ejemplo: El OPTIMISTA este busca un equilibrio entre el precio y la calidad lo importante para el es la información, también esta el ACTIVISTA el busca un bien o servicio que no solo cubra sus necesidades, El EMOCIONAL se deja llevar por el momento, El CONSERVADOR el prioriza el precio en búsqueda del ahorro , también esta el RACIONAL el hace un ejercicio reflexivo antes de la compra y por ultimo esta el EXCEPTICO a el no es fácil de convencer se caracteriza por ser desconfiado

La pirámide de las necesidades es una teoría psicológica formula una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades mas básicas en estas están la Fisiología, Seguridad, Afiliación, Reconocimiento y la Autorrealización

El comportamiento del consumidor analiza nuestras preferencias y necesidades para impactarnos con anuncios relevantes

Existen diferentes comportamientos de compra como por ejemplo la COMPLEJA es cuando los consumidores compran un producto caro, también esta la de REDUCE LA DISONANCIA en ella el consumidor tiene dificultades para identificar las diferencias entre una marca o le preocupa arrepentirse de su elección y por ultimo la HABITUAL DE COMPRA en ella los consumidores están comprando productos que utilizan para su rutina diaria y no lo piensan mucho

Aquí hablaremos sobre los factores ambientales por ejemplo la cultura es el conjunto de elementos y características propias de una determinada comunidad , la tradición es la comunicación de noticias, doctrina, ritos, costumbres que se mantienen de generación en generación

También existe la tasa de desempleo también es conocida como tasa de paro que mide el nivel de desocupación en relación con la población activa, esta es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar no tiene puesto de trabajo dentro de esto están los tipos de desempleo como el ESTRUCTURAL Se genera porque los demandantes de empleo no encuentran el perfil de trabajador que buscan, el CICLICO se origina como consecuencia de los ciclos económicos, el FRACCIONAL se refiere a los trabajadores que se mueven de un empleo a otro con perspectivas de mejora, el ESTACIONAL es cuando la oferta y la demanda varia en función de las estaciones del año, el de LARGA DURACIÓN afecta a una persona que esta parada y no encuentra trabajo durante un periodo superior a 6 meses, la ABIERTA las personas se encuentran en situación de desempleo pero se encuentran buscándolo de forma activa y la INICIACIÓN los

demandantes de empleo están esperando noticias por parte del empleador porque ya hicieron una entrevista previa

Las clases socioeconómicas hace referencia a la posición de un individuo o familia en una escala social, constituye una agrupación de personas con ocupación, ingresos y educación similares

El mercado es el lugar donde se reúnen ofertantes y demandantes es ahí donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento, existen diferentes tipos de mercado como el internacional, nacional, regional, mercado de intercambio comercial al mayoreo, metropolitano y local

Los aspectos particulares del consumidor son la clave de la supervivencia, rentabilidad y el crecimiento de una empresa en un mercado altamente competitivo sus necesidades pueden ser INNATAS y ADQUIRIDAS

La actitud y el cambio de actitud es una predisposición aprendida para responder en una forma consistentemente favorable o desfavorable con respecto a un objeto dado, las actitudes son aprendidas lo que significa que las actitudes relevantes para el comportamiento de compra se forman como consecuencia de una experiencia directa con el producto

## CONCLUSIÓN:

En conclusión, todos los temas anteriormente mencionados son importantes individualmente y en conjunto entre si, pues al juntarlos se forma un extenso tema que servirá para nuestro desarrollo profesional ya que nos muestran una perspectiva individual de cada uno de los relacionados, ampliando nuestros puntos de vista y no cerrándonos a un solo tema extenso, sino a varios subtemas que conforman a uno solo. Como lo son las definiciones de los consumidores, el concepto de las pirámides de las necesidades, el comportamiento y tipos de comportamiento que se puede apreciar en los consumidores y hasta los factores ambientales que afectan sobre si, poniendo estos como una pequeña parte de los temas que se vieron