



**Nombre del alumno:**

**Yessica Ibet Vázquez Flores**

**Nombre del profesor:**

**Lucero del Carmen Garcia Hernandez**

**Nombre del trabajo: Factores que influyen en el comportamiento del consumidor**

**Materia:**

**Comportamiento del consumidor**

**Grado: 5to. Cuatrimestre**

**Grupo: LAN02SDC0121-A**

# FACTORES AMBIENTALES

# GRUPOS SOCIALES

## CULTURA

La cultura es el conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen a una sociedad, una determinada época o un grupo social

## SUBCULTURA

La subcultura es aquel grupo de personas con creencias y comportamientos que los hacen diferenciarse de la cultura predominante de la que también son parte



## CLASES SOCIOECONOMICAS

hace referencia a la posición de un individuo o familia en una escala social

son grupos de referencia con los que el individuo se identifica y que influyen en la formación de sus creencias, actitudes y comportamientos

# INFLUENCIAS PERSONALES

## FAMILIA

dos o más personas relacionadas por sangre, matrimonio o por adopción y que residen conjuntamente



## ACTITUD Y CAMBIO DE ACTITUD

Una actitud es una predisposición aprendida para responder en una forma consistentemente favorable o desfavorable con respecto a un objeto dado

## APRENDIZAJE Y MEMORIA

El aprendizaje es un proceso, mientras que la experiencia es un resultado o situación



## MOTIVACION

Proceso que utiliza incentivos y estímulos para atraer el deseo de los individuos por alcanzarlos

# PROCESOS Y COMPORTAMIENTO DE COMPRA



## PERCEPCION DEL CONSUMIDOR

la forma en la que vemos el mundo que nos rodea

## PROCESOS DE COMPRA

está formado por una serie de fases o etapas secuenciales cuya importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra

## COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El proceso de decisión del consumidor varía con el tipo de decisión de compra



## FASES DEL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

- 1.- Reconocimiento de la necesidad o identificación del problema
- 2.- Búsqueda de información
- 3.- Evaluación de alternativas
- 4.- Decisión de compra
- 5.- Comportamiento y evaluación post-compra



## INVESTIGACION DEL CONSUMIDOR

- 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: Se diseña para probar hipótesis específicas



**BIBLIOGRAFIA:**

<https://economipedia.com/definiciones/cultura.html>

<https://economipedia.com/definiciones/subcultura.html>