



**Nombre de alumno:** Emanuel de Jesús Samayoa Hernández.

**Nombre del profesor:** Ing. Lucero del Carmen

**Nombre del trabajo:** U2T1

**Materia:** Investigación de Mercados

**Grado:** 6to cuatrimestre LAN

**Grupo:** A

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de junio de 2023

# U2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

## ACTITUDES

Son predisposiciones o formas de actuar para responder positiva o negativamente a objetos, estímulos o situaciones. Tienen carácter evaluativo y son muy estables.

Se caracterizan por:

- Tener dirección en favor o las preferencias del individuo.
- Ser medibles si es constante.
- Tener una razón de ser.

## COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Hace referencia a las actitudes, emociones, procesos y relaciones sociales que directa o indirectamente conducen a las personas a consumir un producto o servicio.

Entendemos al consumidor como una persona u organización que consume bienes o servicios que el productor pone a su disposición en el mercado, y que utiliza para satisfacción de sus necesidades o deseos. Poseen características que explican su manera de consumir, o comportamiento.

Primeramente

Por ejemplo:

## MOTIVACIÓN

Son todos aquellos motivos que tenemos para satisfacer una necesidad.

Algunos de ellos son:

- Utilidad o funcionalidad.
- Obtención de beneficios.
- Orgullo o estatus.
- Emulación o imitación.
- Miedo, seguridad, prevención.
- Amor.

## PERCEPCIÓN

Es un proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos dentro de su cosmovisión, por lo cual, se conoce que tiene lugar a través de los sentidos.

Es decir

Es la forma en que vemos el mundo que nos rodea

## APRENDIZAJE

En pocas palabras, se refiere a la modificación del comportamiento mediante la adquisición de experiencia, experiencia de situaciones pasadas.

## NIVEL SOCIOECONÓMICO

Hace referencia a las clases sociales, que en sí se utilizan para hacer una distinción o estratificación en base a características similares. Están sobre todo ligadas a aspectos como el dinero.

Las principales son:

- Clase alta.
- Clase media.
- Clase baja u obrera.

## GRUPOS DE REFERENCIA

son aquellos grupos de personas con los que el individuo interactúa, y que también modifican o influyen en su comportamiento.

Se clasifican en:

Primarios: aquellos con los que tiene una relación constante o frecuente.  
Secundarios: Implican una relación menos frecuente o esporádica.

## C. DEMOGRÁFICAS

Que a su vez representan características o particularidades humanas de una población o sociedad.

Por ejemplo:

- Atributos biológicos.
- Situación familiar.
- Localización geográfica.
- Clima.
- Género
- Edad.

## C. SOCIOECONÓMICAS

Representan las variables socioeconómicas que evidencian situaciones o estados alcanzados y conocimientos adquiridos.

Por ejemplo:

- Ocupación, profesión u oficio.
- Ingresos obtenidos.
- Patrimonio acumulado.
- Nivel de estudios.

## C. PSICOGRÁFICAS

Son todos aquellos aspectos psicológicos de los individuos.

Estas son:

- Estilo de vida.
- Personalidad.
- Estatus social.
- Actividades, intereses y opiniones.