



**Mi Universidad**

**Mapa conceptual**

*Nombre del Alumno* **Jorge Arturo Estrada Borraz**

*Nombre del tema* **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR**

*Parcial* **2**

*Nombre de la Materia* **Investigación de mercados**

*Nombre del profesor* **LUCERO DEL CARMEN GARCIA HERNANDEZ**

*Nombre de la Licenciatura* **Administración y estrategia negocios**

*Cuatrimestre* **6**

**Bibliografía: Antología y apuntes de  
investigación de mercados**

# Comportamiento del consumidor

## Concepto de consumidor

**Un consumidor, o usuario, es toda persona física que actúe, de forma ajena a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión. Nos referimos a "consumidor" cuando hablamos de adquisición de bienes y a "usuario" cuando lo hacemos sobre la contratación de servicios.**

## Concepto de comportamiento del consumidor

**El estudio del comportamiento del consumidor se deriva del concepto actual de la mercadotecnia, que se centra en las necesidades del consumidor.**

**presenta ciertas dificultades, por sus características peculiares, ya que es complejo, cambia con el ciclo de vida del producto y varía según el tipo de productos.**

## Motivación

**El proceso de decisión de compra se inicia, como se ha indicado, con el reconocimiento de una necesidad. Esta necesidad habrá podido ser estimulada por un factor interno o externo; pero para que pueda ser reconocida y evaluada es precisa la motivación.**

- a) Fisiológicos o psicológicos.**
- b) Primarios o selectivos.**
- c) Racionales o emocionales.**
- d) Conscientes o inconscientes.**
- e) Positivos o negativos.**

# Comportamiento del consumidor

## Percepción

modo personal de interpretar y dar sentido a los estímulos a los que uno se expone. Supone una codificación de los estímulos recibidos a través de los sentidos.

## Actitudes

La importancia de las actitudes en comportamiento del consumidor se debe, en parte, a que se asume que son buenos predictores de la intención de compra y, en determinadas circunstancias, de la elección de compra, siempre que el intervalo de tiempo que media entre esa intención y la conducta sea corto.

## Experiencia y aprendizaje

La experiencia se adquiere con el aprendizaje. El aprendizaje es un cambio en el comportamiento, que es consecuencia y se refuerza con la experiencia previa. El aprendizaje es un proceso, mientras que la experiencia es un resultado o situación.

# Comportamiento del consumidor

## Características demográficas del consumidor

- Edad.
- Género.
- Estado civil.
- Posición familiar (cabeza de familia, ama de casa u otro miembro).
- Número de miembros de la familia.
- Hábitat en el que se reside

## Características socioeconómicas del consumidor

La clase social representa la posición de estatus de un individuo en el seno de una sociedad.

Esto provocaba una estructura social jerárquica, marcada por unas claras desigualdades en función de la relación de cada grupo social con los medios de producción.

## Características psicográficas del consumidor

el consumidor mostrará una actitud positiva hacia el zumo de frutas no únicamente porque "crea" que es energético, natural y dulce, sino porque "valora" positivamente estos beneficios.

# **Comportamiento del consumidor**

## **Niveles socioeconómicos**

**es la regla, basada en un modelo estadístico, que permite agrupar y clasificar a los hogares mexicanos en siete niveles, de acuerdo a su capacidad para satisfacer las necesidades de sus integrantes**

## **Grupos de referencia**

**Los grupos sociales son grupos de referencia con los que el individuo se identifica y que influyen en la formación de sus creencias, actitudes y comportamientos. Puede distinguirse entre grupos de los que se es miembro y grupos a los que se aspira a pertenecer.**