

# UDS

## MI UNIVERSIDAD

- Nombre Del Alumno: Jorge Ivan Morales Recinos
- Nombre Del Profesor: Luis Eduardo Lopez Morales
- Materia: Comportamiento Del Consumidor
- Licenciatura: Administración Y Estrategias De negocios
- Nombre del trabajo: Super Nota
- Parcial: Final
- Cuatrimestre: 5to

# GRUPOS DE REFERENCIA DEL CONSUMIDOR

son aquellos grupos sociales con los que un individuo se identifica y a los que recurre para obtener información, influencia y orientación en sus decisiones de consumo.

## GRUPOS DE REFERENCIA PRIMARIOS:

Incluyen familiares, amigos cercanos y colegas de trabajo. Estos grupos tienen una influencia directa y personal en las decisiones de consumo de un individuo.



## GRUPOS DE REFERENCIA SECUNDARIOS:

Comprenden grupos sociales más amplios, como clubes, asociaciones, comunidades en línea y redes sociales. La influencia de estos grupos puede ser menos personal pero igualmente significativa.



## GRUPO DE AMISTADES:

conjuntos de personas que comparten intereses, valores y experiencias similares y mantienen relaciones de amistad cercanas entre sí.



## GRUPO PARA IR DE COMPRAS:

conjunto de personas que se reúnen para realizar compras juntos, ya sea por diversión, conveniencia o para compartir opiniones y consejos sobre productos y tendencias de moda.



## GRUPOS DE TRABAJO.

conjuntos de individuos que colaboran y coordinan sus esfuerzos para lograr objetivos específicos dentro de una organización o proyecto.



## GRUPOS O COMUNIDADES VIRTUALES:

conjuntos de individuos que se conectan a través de plataformas en línea para compartir intereses comunes, discutir temas relevantes y colaborar en actividades relacionadas.

