



Mi Universidad

cuadro sinóptico

Ezequiel Francisco pascual

Nombre del tema: factores que influyen en el comportamiento del consumidor

Parcial 3

Nombre de la Materia: comportamiento del consumidor

Nombre del profesor: Luis Eduardo López Morales

Administración y estrategia de negocios

5to cuatrimestre

10 de marzo de 2024

factores que influye en el comportamiento del consumidor

Factores culturales

cultura

Es el determinante fundamental de los deseos y del comportamiento de las personas

subcultura

Se pueden distinguir cuatro tipos de subcultura la nacionalidad, los grupos religiosos, los grupos raciales y las zonas geográficas

Clase social

son divisiones de la sociedad, relativamente homogéneas y permanentes, jerárquicamente ordenadas y cuyos miembros comparten valores, intereses y comportamientos similares.

Factores sociales

Grupos de Referencia

Son todos los grupos que tienen influencia directa o indirecta sobre las actitudes o comportamientos de una persona.

La familia

Se pueden distinguir dos familias a lo largo del ciclo de vida del consumidor

Roles y Estatus

Las personas a lo largo de su vida participan en varios grupos dónde su posición personal se clasifica en roles y estatus

Factores personales

Edad y Fase del Ciclo de Vida

La gente compra diferentes bienes y servicios a lo largo de su vida

ocupación

Los esquemas de consumo de una persona también están influidos por su ocupación.

Circunstancias Económicas

La elección de los productos se ve muy afectada por las circunstancias económicas

Estilo de Vida

La gente que proviene de la misma cultura, clase social y profesión

Personalidad y autoconcepto

Por personalidad entendemos las características psicológicas distintivas que hacen que una persona responda a su entorno de forma relativamente consistente y perdurable

Factores psicológicos

motivación

las necesidades humanas están ordenadas jerárquicamente, desde las más urgentes hasta las menos urgentes.

Percepción

Se define como el proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta las entradas de información para crear una imagen del mundo llena de significado

aptitudes

predisposiciones estables para responder favorablemente o desfavorablemente hacia una marca o producto