



Nombre del alumno : Ximena Adyelen Trujillo Solís.

Nombre del profesor: Alejandro Aguilar Morales.

Nombre del trabajo : 3.2,3.3,3.4,3.5

Parcial: 3

Materia : Comportamiento del consumidor.

Grado: 5 cuatrimestre.

Licenciatura: Administración y Estrategias de negocios.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 01 de Marzo de 2025.

## 3.2 FACTORES CULTURALES



### CONCEPTO



Son los que ejercen la influencia más amplia y profunda en el comportamiento del consumidor.



### CULTURA



Es el determinante fundamental de los deseos y del comportamiento de las personas. Se define como el conjunto de valores, ideas, actitudes y símbolos que adoptan los individuos para comunicarse, interpretar e interactuar como miembros de una sociedad.



### SUBCULTURA



Se pueden distinguir cuatro tipos de subcultura la nacionalidad, los grupos religiosos, los grupos raciales y las zonas geográficas, que reflejan distintas referencias culturales específicas, actitudes y estilos distintos.



### CLASE SOCIAL

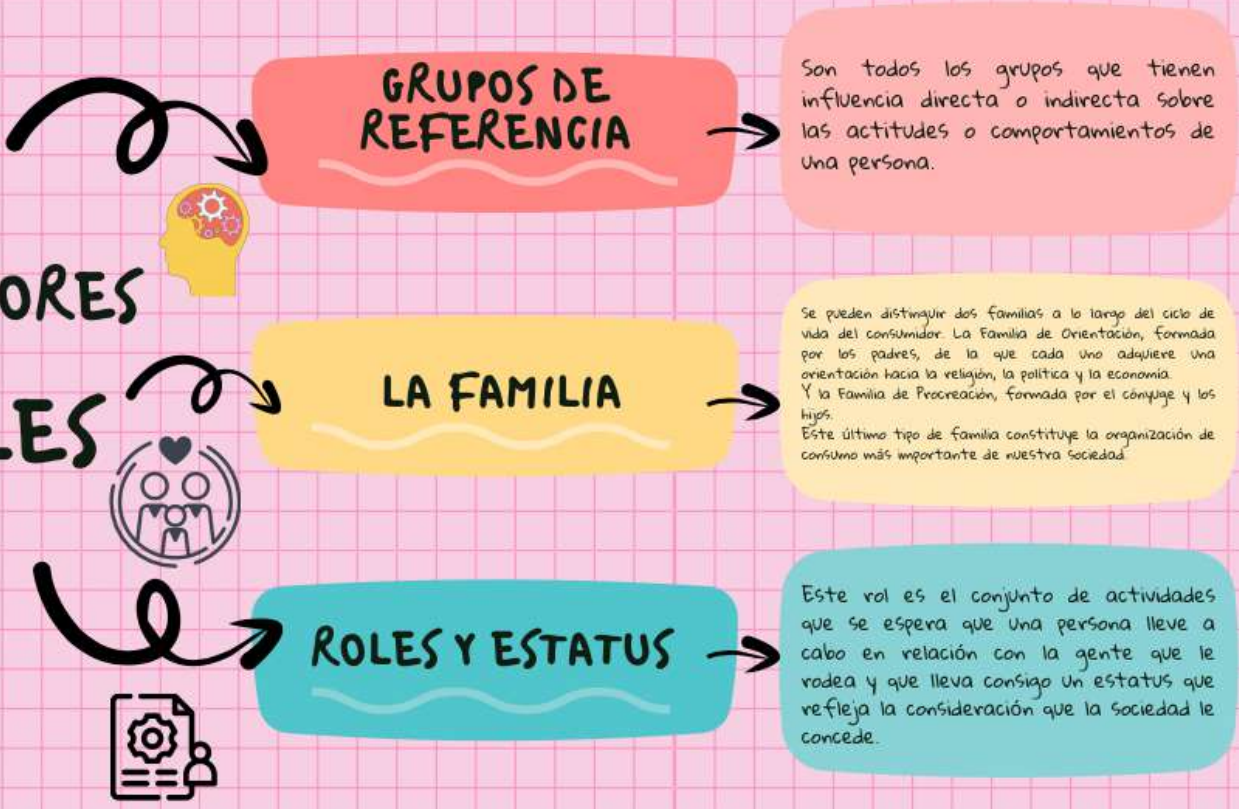


Las clases sociales son divisiones de la sociedad, relativamente homogéneas y permanentes, jerárquicamente ordenadas y cuyos miembros comparten valores, intereses y comportamientos similares. La principal división de las clases sociales se basa en tres tipos: alta, media y baja





### 3.3 FACTORES SOCIALES



### 3.4 FACTORES PERSONALES

#### EDAD Y FASE DEL CICLO DE VIDA

El consumo también está influido por la fase del ciclo de vida familiar.

#### OCUPACIÓN

Los esquemas de consumo de una persona también están influidos por su ocupación. Los especialistas en marketing tratan de identificar a los grupos ocupacionales que tienen un interés, por encima de la media, en sus productos y servicios.

#### CIRCUNSTANCIAS ECONÓMICAS

Se encuentran determinadas por, los ingresos disponibles (nivel, estabilidad y temporalidad), los ahorros y recursos, el poder adquisitivo y la actitud sobre el ahorro frente al gasto.

#### ESTILO DE VIDA

El estilo de vida trata de reflejar un perfil sobre la forma de ser y de actuar de una persona en el mundo.

#### 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.

### 3.5 FACTORES PSICOLÓGICOS

#### Motivación

- Estado de ánimo que impulsa a una persona a actuar para alcanzar una meta. Es un proceso psicológico que dirige la conducta de una persona.



#### 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.



#### Aprendizaje

- Es el proceso de adquirir conocimiento, habilidades, actitudes y comportamientos. Es el cambio relativamente estable en el conocimiento de una persona.



#### Actitudes

- Se pueden definir como predisposiciones estables para responder favorablemente o desfavorablemente hacia una marca o producto.

