



Nombre del alumno:

Karla Susana Almaraz Santiz

Nombre del profesor:

Lic. Alejandro Aguilar Morales

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Comportamiento del Consumidor

Cuatrimestre: 5to

Bibliografía:

LC-LAN506.

Fecha: 09/03/2025

FACTORES Y MODELOS QUE INFLUYEN EN LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR

* FACTORES CULTURALES

Cultura:

- Conjunto de valores, ideas, actitudes y símbolos que influyen en el comportamiento del consumidor.

- **Subcultura:** Grupos con influencias culturales específicas (nacionalidad, religión, raza, zona geográfica).
- **Clase Social:** Divisiones jerárquicas en la sociedad (alta, media, baja) que comparten intereses y comportamientos similares.

* FACTORES SOCIALES

Grupos de Referencia:

- **Pertenencia:** Contacto directo (familia, amigos, compañeros).
- **Aspiración:** Grupo al que desea pertenecer.
- **Disociación:** Grupo que rechaza o evita.

Familia:

- **Orientación:** Padres (forman valores y creencias).
- **Procreación:** Cónyuge e hijos (influye en decisiones de compra).

Roles y Estatus:

- **Rol:** Función esperada dentro de un grupo.
- **Estatus:** Posición reconocida socialmente.

* FACTORES PERSONALES

- **Edad y Fase de Vida:** Las necesidades y gustos cambian con la edad.
- **Ocupación:** Influye en los productos o servicios que se consumen.
- **Circunstancias Económicas:** Dependen de ingresos, ahorros, poder adquisitivo.
- **Estilo de Vida:** Forma de vivir según valores, intereses y actividades.
- **Personalidad y Autoconcepto:** Características psicológicas que definen a la persona e influyen en sus compras.

* FACTORES PSICOLÓGICOS

Motivación:

- **Freud:** Fuerzas inconscientes influyen en el comportamiento.
- **Maslow:** Jerarquía de necesidades (fisiológicas, seguridad, sociales, estima, autorrealización).

- **Percepción:** Interpretación personal de la realidad basada en estímulos y experiencias previas.
- **Actitudes:** Predisposición estable a responder favorable o desfavorablemente hacia un producto o marca.