



**Nombre del alumno:**

**Karla Susana Almaraz Santiz.**

**Nombre del profesor:**

**Lic. Alejandro Aguilar Morales.**

**Nombre del trabajo:**

**Súper Nota.**

**Materia:**

**Comportamiento del Consumidor.**

**Cuatrimestre: 5to.**

**Bibliografía:**

**LC-LAN501.**

**Administración y Estrategia de  
Negocios.**

**Fecha: 01/04/2025.**

# ASPECTOS PARTICULARES DEL CONSUMIDOR

## Motivación del consumidor:

Las empresas deben enfocarse en las necesidades del consumidor para ofrecer productos adecuados. La motivación es la fuerza que impulsa al consumidor a la acción, generada por necesidades insatisfechas.



### Tipos de necesidades:

- Innatas: Fisiológicas, como alimento, agua y vivienda.
- Adquiridas: Sociales y psicológicas, como autoestima y prestigio.

### Pirámide de Maslow:

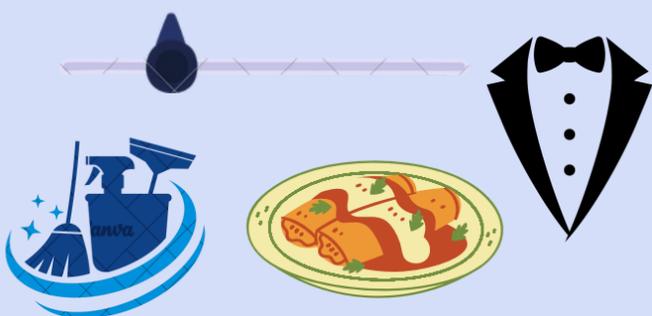
1. Fisiológicas
2. Seguridad
3. Sociales
4. Autoestima
5. Autorrealización

## Personalidad del consumidor:

La personalidad influye en la forma en que un consumidor compra y responde a la publicidad.

### Características clave:

- Diferencias individuales
- Consistente y duradera
- Puede cambiar por experiencias o maduración

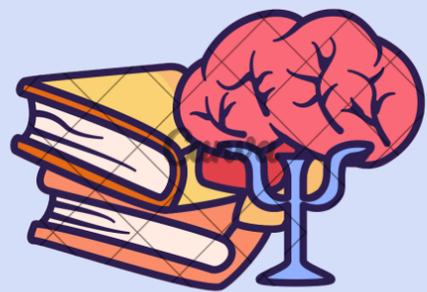


## Influencia del color en el marketing:

- **Rojo:** emoción
- **Negro:** sofisticación
- **Azul y blanco:** limpieza
- **Naranja:** estimula el apetito

## Teorías de la personalidad:

Las teorías psicológicas ayudan a entender el comportamiento del consumidor.



**Freud:** La compra está influida por impulsos inconscientes (id, ego, superego).

**Neofreudianos:** La personalidad se moldea a través de relaciones sociales.

**Complacientes:** Buscan aprobación y son leales a marcas.

**Agresivos:** Quieren destacar y prefieren marcas de prestigio.

**Independientes:** Son autosuficientes y abiertos a probar marcas nuevas.

