



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:

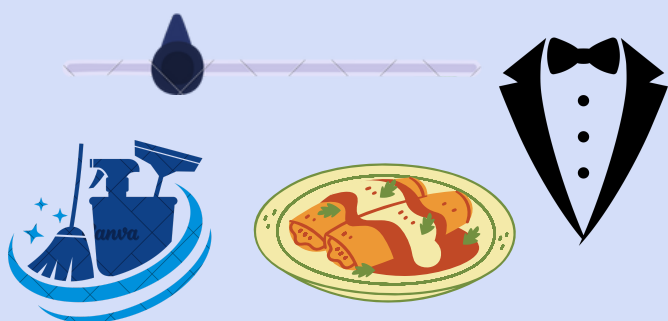
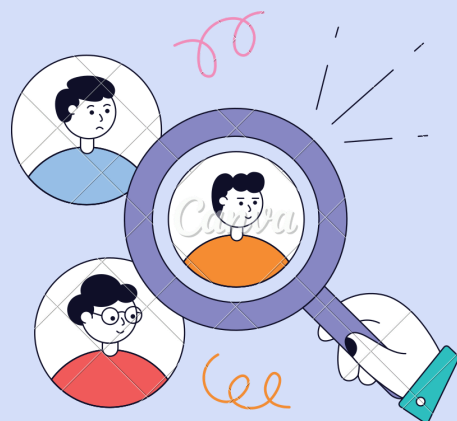
1. Fisiológicas
2. Seguridad
3. Sociales
4. Autoestima
5. Autorrealización

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

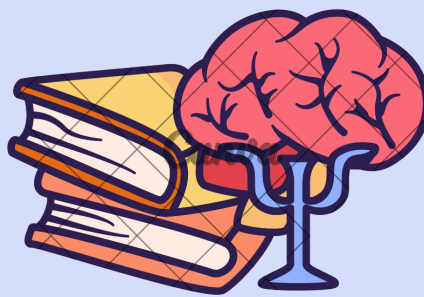


Influencia del color en el marketing:

- **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.

