



Nombre del alumno Paula Marina
Aguilar morales

Nombre del maestro
Alejandro Aguilar morales

Nombre de la materia
Investigación de mercados

Fecha 12 de junio

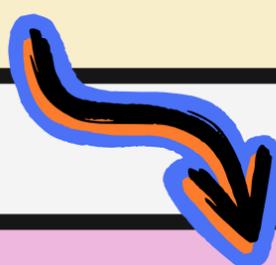
Unidad 2

INVESTIGACIÓN DE

1

¿Qué es 2.3. Motivación

La motivación es lo que nos mueve, lo que nos da ganas de hacer algo. Puede ser algo tan simple como tener hambre y buscar comida, o tan complejo como querer estudiar para mejorar nuestro futuro. En pocas palabras, es el "por qué" detrás de nuestras acciones.



2

¿Qué es 2.3. Motivación

Existen dos tipos principales:

Motivación intrínseca: viene de adentro. Hacemos algo porque nos gusta, nos apasiona o nos hace sentir bien (como leer por gusto).

Motivación extrínseca: viene de afuera. Hacemos algo por una recompensa o para evitar un castigo (como estudiar para sacar buena nota o evitar un regaño).

En marketing o psicología del consumidor, la motivación es clave, porque de ella depende si una persona se interesa o no en un producto, servicio o idea. Si no hay motivación, no hay acción.



2.4. Percepción

La percepción es la forma en que interpretamos todo lo que nos rodea. Recibimos estímulos a través de los sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto), pero cada persona percibe las cosas de forma diferente, según su experiencia, valores, cultura o estado emocional.



4

2.4. Percepción

Por ejemplo:

Dos personas pueden ver el mismo anuncio, pero una lo encuentra gracioso y la otra ofensivo.

Un mismo perfume puede ser delicioso para alguien y molesto para otro.

La percepción también está influenciada por factores como:

Atención selectiva (nos enfocamos solo en lo que nos interesa).

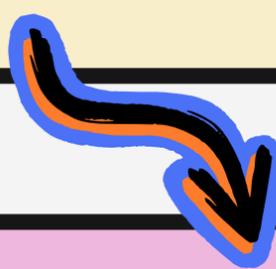
Distorsión perceptual (malinterpretamos algo según nuestras ideas previas).

Retención selectiva (recordamos lo que encaja con nuestras creencias).

MERCADO

2.5. Actitudes

Las actitudes son predisposiciones aprendidas que nos hacen actuar de cierta manera frente a personas, productos o ideas. Son como una mezcla de lo que pensamos, sentimos y estamos dispuestos a hacer respecto a algo.



Una actitud tiene tres componentes:

Cognitivo: lo que sé o creo (Ej. "sé que el ejercicio es bueno").

Afectivo: lo que siento (Ej. "me gusta hacer ejercicio").

Conductual: lo que hago o haría (Ej. "voy al gimnasio").

Las actitudes son importantes porque influyen directamente en nuestras decisiones y comportamientos, incluyendo decisiones de compra. Si alguien tiene una actitud positiva hacia una marca, es más probable que la elija.

2



2.5. Actitudes

Las actitudes son importantes porque influyen directamente en nuestras decisiones y comportamientos, incluyendo decisiones de compra. Si alguien tiene una actitud positiva hacia una marca, es más probable que la elija.

Sin embargo, cambiar una actitud puede ser difícil. Las campañas publicitarias, la experiencia personal o la presión social son algunas de las formas en que se puede modificar una actitud.