


Título del documento	
Estudio del Comportamiento del Consumidor	
Nombre del docente	
Claudia Ramírez Villanueva	
Fecha de producción	Lugar
1 de Agosto del 2022	Querétaro, Qro
Programa educativo (Marque un solo programa con una X):	
TSU en Desarrollo de Negocios - Mercadotecnia	
Nombre de la asignatura	Unidad Temática
Sistemas de Investigación de Mercados I	
Propósito	
Que el alumno conozca los factores que impactan en el proceso de compra del individuo.	
Referencia (en formato APA):	Licencia Creative Commons:
	



*Estudio del
Comportamiento
del Consumidor*

MAE. CLAUDIA
RAMIREZ VILLANUEVA

Comportamiento del Consumidor

¿De qué trata?

El comportamiento del consumidor se refiere al conjunto de actividades que lleva a cabo una persona o una organización desde que tiene una necesidad hasta el momento en que efectúa la compra y usa el producto.



DIMENSIONES A ESTUDIAR	
¿QUÉ SE COMPRA?	Distribución de los productos ofertados, productos con demanda creciente y decreciente, jerarquía entre los productos deseados
¿QUIÉN COMPRA?	Delimitación de los papeles de iniciador, influyente, decisor, comprador, consumidor y pagador.
¿POR QUÉ SE COMPRA?	Motivos, beneficios buscados, funciones que desempeña el producto.
¿CÓMO SE COMPRA?	De forma racional o emocional, con interés o rutinaria, con mucha información o no,...
¿CUÁNDO SE COMPRA?	Ocasiones o momentos, frecuencia, hora, día,...
¿DÓNDE SE COMPRA?	Puntos de venta, servicio recibido en el mismo, imagen
¿CUÁNTO SE COMPRA?	Tamaños apropiados, cantidad, peso,...

Estudio del Comportamiento del Consumidor

Tiene como objetivo conocer como los Consumidores buscan, compran, utilizan, evalúan y desechan los productos y servicios que consideran van a satisfacer sus necesidades.



SU IMPORTANCIA...

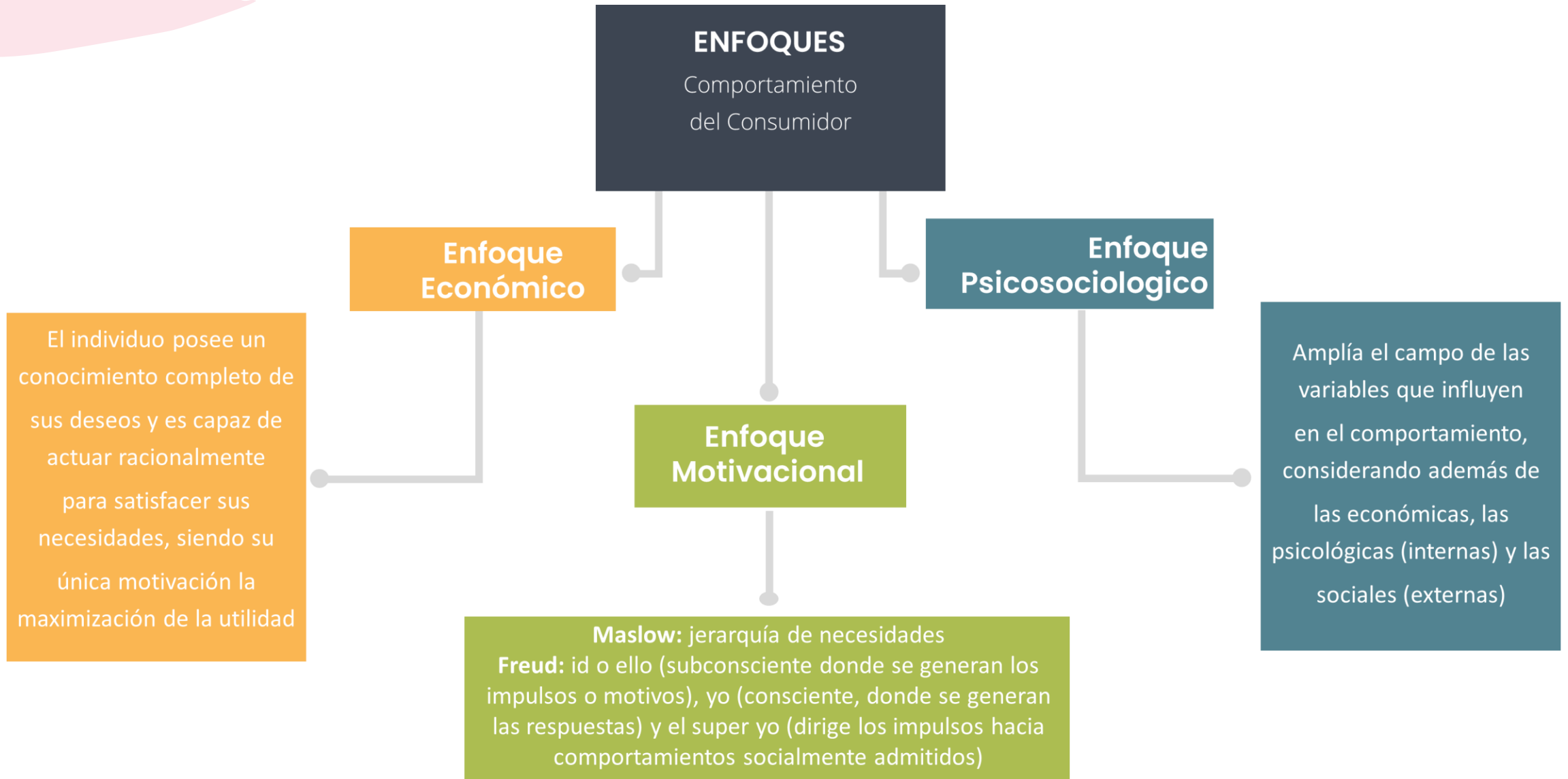
- Características del entorno
- Diferentes grupos a los que pertenece el individuo



- Cultura y estratos sociales
- Grupos de referencia

Conocer las razones de compra, necesidades y deseos del consumidor se pueden crear estrategias adecuadas para ellos

Comportamiento del Consumidor



Comportamiento del Consumidor

Factores

EXTERNOS

- ❑ Cultura y subculturas
- ❑ Clase social
- ❑ Grupos sociales
- ❑ Familia
- ❑ Influencias personales
- ❑ Determinantes situacionales

INTERNOS

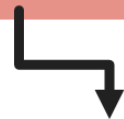
- ❑ Motivación
- ❑ Percepción
- ❑ Experiencia y aprendizaje
- ❑ Características demográficas, socioeconómicas y psicográficas
- ❑ Actitudes



Comportamiento del Consumidor

Modelo General de la conducta del consumidor

Estímulos de marketing y de otro tipo → Caja Negra del Consumidor



Factores

- Culturales
- Sociales
- Personales
- Psicológicos

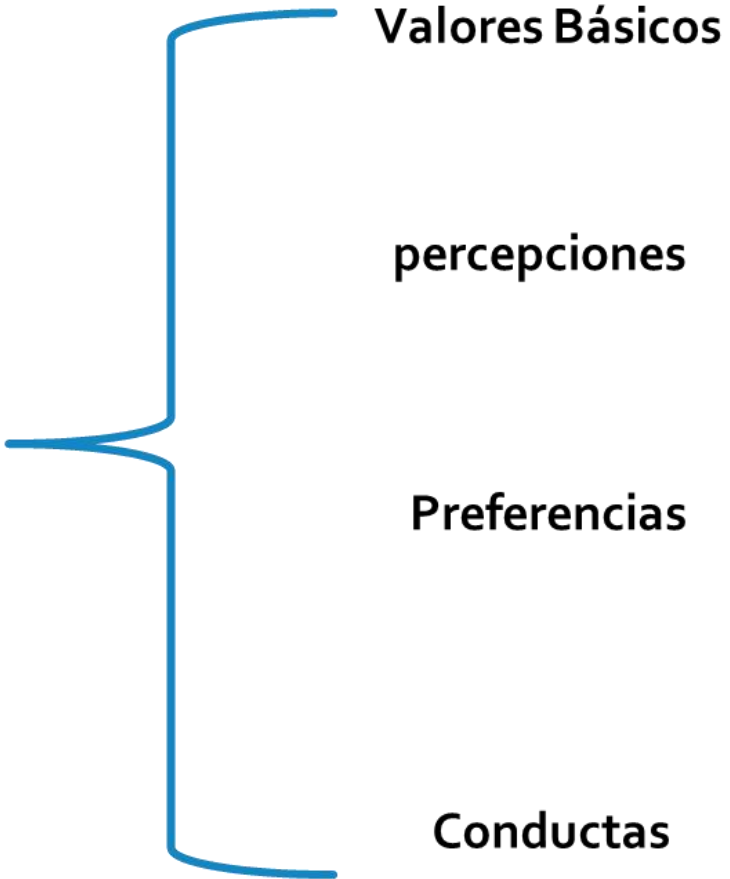
Sub factores

- Clase Social, familia
- Los grupos de referencia
- Edad, sexo, ocupación
- Estilos de vida, personalidad, Creencias, etc

Comportamiento del Consumidor

Factores

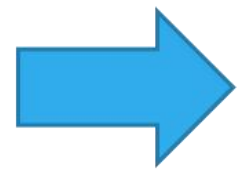
- LA CULTURA:



Comportamiento del Consumidor

Factores

- Factores Sociales



Grupos de Referencia



Comportamiento del Consumidor

Factores



EDAD



ESTILO DE VIDA



**Características
personales**



**ETAPA DE LA
VIDA**



PERSONALIDAD

Comportamiento del Consumidor

Factores

Motivación



Percepción



Factores
Psicológicos

Aprendizaje



Aptitud



Psicología del Consumidor

Es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en su decisión a través de tres aspectos:

Grupos de referencia primarios (familia)



Grupos de referencia secundarios (grupos sociales)



Grupos de referencia terciarios (medios, líderes de opinión)



Psicología del Consumidor

La pirámide de Maslow

