

**MARKETING**

# Comportamiento de los consumidores

- Nos interesa conocer a los consumidores, específicamente como reaccionan ante los estímulos de marketing
  - Producto
  - Precio
  - Plaza
  - Promoción
- Nos interesa saber si existen Características que expliquen la existencia de grupos que tengan comportamiento “similar”

# Comportamiento de los consumidores

- Características que se pueden observar (y que explican comportamiento):
  - Culturales
  - Sociales
  - Personales
  - Psicológicos

# Comportamiento de los consumidores

## – Culturales

- Nacionalidad
- Creencias básicas
- Clase social

# Comportamiento de los consumidores

## – Sociales

- Grupos de referencia
- Familia

# Comportamiento de los consumidores

## – Personales

- Etapa en la vida
- Edad
- Estilo de vida
- Ocupación
- Situación económica
- Personalidad

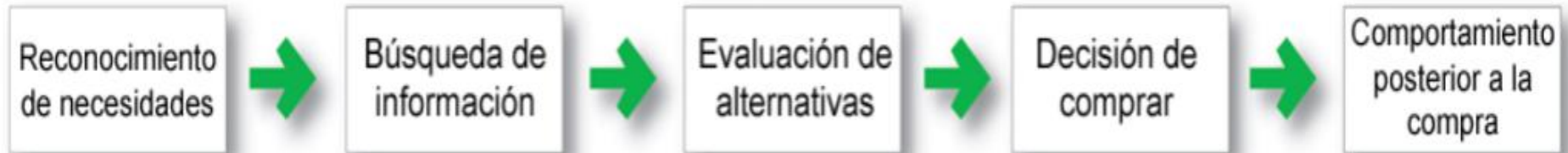
# Comportamiento de los consumidores

## — Psicológicos

- Motivación
- Percepción
- Aprendizaje
- Creencias

# Comportamiento ante una compra “importante”

## Proceso de compra





# Información de consumidores y su comportamiento

- Necesitamos información para la toma de decisiones
  - Cantidades a fabricar
  - Selección de lugares en los que instalarnos
  - Precios
  - Gustos de los consumidores (actuales o potenciales)
  - ...

- Cada aspecto del comportamiento del consumidor nos plantea una posibilidad de buscar una explicación al mismo
- Estudiar un problema, hacer una hipótesis de explicación - permiten establecer un **OBJETIVO** de investigación

# Tipos de investigación

- Cuantitativa
  - Por ejemplo
    - cantidad de consumidores que comparten una opinión
    - Cantidad de compradores de un producto
- Cualitativa
  - Por ejemplo
    - Que creen los consumidores con respecto a nuestra empresa
    - Que los motiva a comprar una marca y no otra
    - Qué grado de satisfacción tienen con un producto

# Formas de obtener información

- Observación
  - Recabar datos de hechos ocurridos
- Encuestas
  - Aplicar un formulario a una muestra de individuos
- Trabajos cualitativos Individuales o en Grupos
  - Entrevistas en profundidad o Focus Groups
- Experimentos
  - Estímulo - reacción