

---



# **Bloque II**

---

**FACTORES QUE AFECTAN A LOS CONSUMIDORES**

## Bloque 2

### III: Factores que afectan a los Consumidores

#### A. PRESENTACIÓN

*¿Cuáles son los principales factores que afectan a los Consumidores?*



<http://www.youtube.com/watch?v=FLOAwgzv-Qk>

Dentro de la Mercadotecnia existe una rama que se dedica a estudiar el comportamiento del consumidor, es decir, los patrones de conducta de las personas al adquirir bienes y/o servicios. Para Willian Stanton el proceso de decisión de compra se compone de los siguientes pasos:

- ✓ Reconocimiento de la necesidad
- ✓ Elección del nivel de involucramiento
- ✓ Identificación de alternativas
- ✓ Evaluación de alternativas
- ✓ Compra y comportamiento post- compra

Dentro del proceso de compra del consumidor existen diversos factores que pueden afectar a que decida comprar o no el producto, esos factores son diversos, algunos ejemplos son: culturales, sociales, personales, psicológicos y económicos.

---

## **B.** OBJETIVO ESPECÍFICO

- El estudiante identificará las características de los diversos factores que afectan a los consumidores al enfrentarse a la toma de decisiones de compra, para considerarlos en el momento de desarrollar un plan estratégico de marketing y elegir la mejor opción.



## C. TEMA, SUBTEMAS Y LECTURAS

### III. FACTORES QUE AFECTAN A LOS CONSUMIDORES

#### III.1 Culturales

##### *¿Cómo afecta la cultura al consumidor?*

Los factores culturales son los que influyen de forma más fuerte al comportamiento del consumidor. Ya que la cultura se compone de los valores, ideas, actitudes y símbolos que se adhieren al hombre para poder comunicarse y relacionarse dentro del ámbito social.

Dentro de los aspectos culturales que afectan al consumidor se encuentran también las sub-culturas:

- ✓ Nacionalidad
- ✓ Religión
- ✓ Grupos Raciales, y
- ✓ Área Geográfica

Las clases sociales también son un aspecto importante dentro del comportamiento del consumidor, ya que con ellas se divide la sociedad con respecto a las condiciones económicas, lo cual influye en la posibilidad y decisión de compra del consumidor.

### III.2 Sociales

#### ***¿Cuáles son los factores sociales que pueden influir en la decisión de compra?***

Los factores sociales que influyen en el comportamiento del consumidor son diversos, ya que se trata de grupos que tienen influencia de manera directa o indirecta sobre las acciones de las personas. Este tipo de influencia se divide en tres grupos:

- ✓ **Grupo de Pertenencia:** familia, amigos, vecinos, compañeros laborales, etc.
- ✓ **Grupo de Aspiración:** cuando una persona no pertenece a un grupo pero desea pertenecer a uno en específico.
- ✓ **Grupo Disociativo:** el que tiene valores o comportamientos con los que la persona no coincide.

Para ampliar el tema y conocer más sobre los factores culturales y sociales de los consumidores, te invito a revisar la siguiente lectura en PDF (adjunto), la cual deberás leer de la página 1 a la 5.

1. Rivera, P. (s/f). *El Comportamiento del Consumidor*. Diploma de especialización en dirección de organizaciones de economía social. Consultado el 16 de diciembre de 2012.

### III.3 Personales

#### ***¿Cómo puede la personalidad afectar la decisión del consumidor?***

Un consumidor puede decidir comprar o no un determinado producto o servicio a partir de sus características y cualidades personales, como son:

- ✓ Edad
- ✓ Fase del ciclo de vida
- ✓ Ocupación
- ✓ Actividades

- ✓ Posibilidades económicas
- ✓ Estilo de vida
- ✓ Personalidad y auto-concepto (la imagen que tiene de sí mismo)

Para ampliar el tema y conocer más sobre los factores personales que afectan al consumidor, te invito a revisar la siguiente lectura en PDF (adjunto), el cual deberás leer de la página 44 a la 47.

2. Sahui, J.A. (2008). *Factores que influyen en la conducta del consumidor. Una aproximación desde las ciencias sociales*. COLPARMEX. Consultado el 16 de diciembre de 2012.

#### III.4 Psicológicos

##### ***¿Qué papel juega la psicología dentro de la decisión del consumidor?***

La psicología está presente en todas las acciones de las personas, por lo que al momento de tomar la decisión de compra los factores psicológicos son de vital importancia para el consumo final. Los principales aspectos psicológicos que determinan el comportamiento de los consumidores son:

- ✓ Motivación
- ✓ Percepción
- ✓ Actitud

Para ampliar el tema y conocer más sobre los factores psicológicos que influyen en la decisión del consumidor, te invito a revisar la siguiente lectura en PDF (adjunto), el cual deberás leer de la página 7 a la 10.

3. Rivera, P. (s/f). *El Comportamiento del Consumidor*. Diploma de especialización en dirección de organizaciones de economía social. Consultado el 16 de diciembre de 2012.

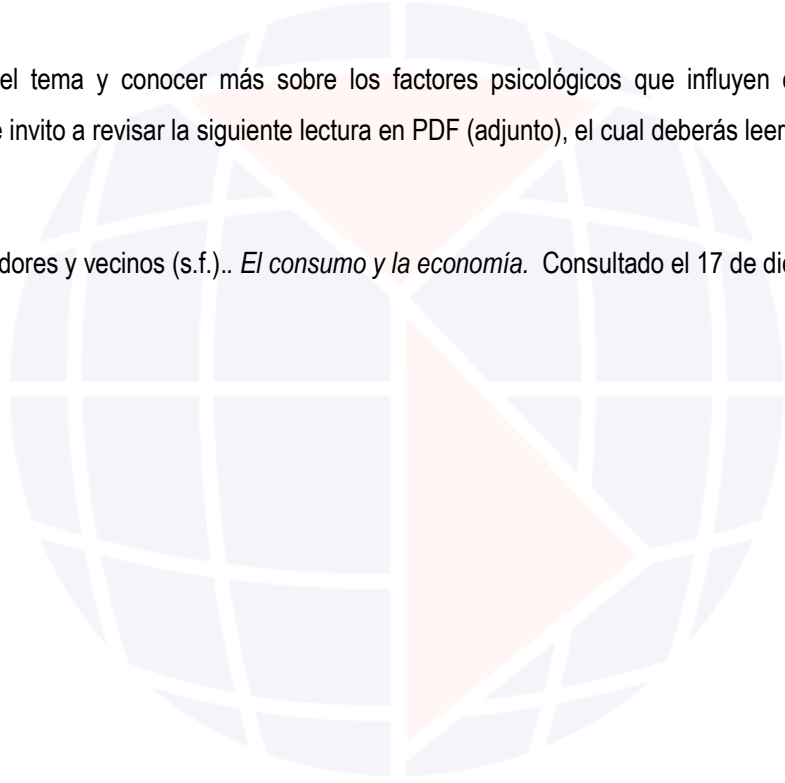
### III.5 Económicos

#### ***¿Cómo afecta la economía al consumidor?***

La economía juega un papel importante dentro del comportamiento del consumidor, ya que de ella depende que la persona tenga la posibilidad de adquirir el producto y/o servicio. Si el consumidor decide adquirir un determinado producto pero no cuenta con el poder adquisitivo suficiente para pagar el precio del mismo, ese factor se va a convertir en una barrera para que pueda satisfacer esa necesidad.

Para ampliar el tema y conocer más sobre los factores psicológicos que influyen en la decisión del consumidor, te invito a revisar la siguiente lectura en PDF (adjunto), el cual deberás leer el texto completo.

4. Consumidores y vecinos (s.f).. *El consumo y la economía*. Consultado el 17 de diciembre de 2012.



**D. GLOSARIO**

<b>Término</b>	<b>Significado</b>
Consumidor	Persona que compra productos de consumo.
Cultura	Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.
Nacionalidad	Estado propio de la persona nacida o naturalizada en una nación.
Religión	Conjunto de creencias o dogmas acerca de la divinidad, de sentimientos de veneración y temor hacia ella, de normas morales para la conducta individual y social y de prácticas rituales, principalmente la oración y el sacrificio para darle culto.
Personalidad	Diferencia individual que constituye a cada persona y la distingue de otra. Conjunto de características o cualidades originales que destacan en algunas personas.
Psicología	Parte de la filosofía que trata del alma, sus facultades y operaciones. Ciencia que estudia los procesos mentales en personas y en animales.
Motivación	Ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse a ejecutarla con interés y diligencia.
Percibir	Recibir por uno de los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas.
Actitud	Postura del cuerpo humano, especialmente cuando es determinada por los movimientos del ánimo, o expresa algo con eficacia. Disposición de ánimo manifestada de algún modo.



## E. CONCLUSIÓN

El comportamiento del consumidor se encuentra afectado por diversos factores, los cuales hacen de ese proceso algo complejo ya que el momento en el que el consumidor se enfrenta a tomar la decisión de compra se genera una complicada interacción entre cada uno de los factores que se explicaron con anterioridad.

Por ello para la mercadotecnia es muy importante considerar dichos comportamientos, aunque no puede influir en muchos de esos factores por lo menos le sirven de utilidad para identificar a los consumidores que tienen interés en productos y/o servicios específicos.



Gracias a la identificación de estos factores los mercadólogos pueden cambiar o mejorar sus planes y estrategias de marketing ya que también es importante considerar que las decisiones de los consumidores son diferentes de acuerdo al tipo de producto que se pretende adquirir.



## F. PARA AMPLIAR EL TEMA

Las siguientes lecturas te ayudarán a reforzar el aprendizaje conceptual de los temas revisados en este bloque:

- S/a. (s/f). El comportamiento del consumidor y de las organizaciones. Obtenido de:  
<http://www4.ujaen.es/~emurgado/TEMA5.pdf>
- Rivera, P. (s/f). El Comportamiento del Consumidor. *Diploma de especialización en dirección de organizaciones de economía social*. Obtenido de:  
<http://www.unizar.es/does/documents/Tema3comportamientoconsumidor.pdf>
- S/a. (s/f). El consumidor como individuo. Obtenido de:  
<http://www.educaguia.com/Apuntes/apuntes/comportamiento/elconsumidor.pdf>
- S/a. (s/f). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. COLPARMEX. Obtenido de:  
<http://www.colpamex.org/Revista/Art10/50.pdf>

## G. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Rivera, P. (s/f). El Comportamiento del Consumidor. *Diploma de especialización en dirección de organizaciones de economía social*. Obtenido de:  
<http://www.unizar.es/does/documents/Tema3comportamientoconsumidor.pdf>
- Sahui, J.A. (2008). Factores que influyen en la conducta del consumidor. Una aproximación desde las ciencias sociales. *COLPARMEX*. Obtenido de:  
<http://www.colpamex.org/Revista/Art10/50.pdf>
- S/a. (s/f). Mercados de consumidor y comportamiento de compra de los consumidores. Obtenido de:  
<http://www.disenio.net/marketing/clases/cap05.pdf>