

Comportamiento del Consumidor

En el marketing se conoce como comportamiento del consumidor al conjunto de actividades que realizan las personas desde que **surge una necesidad hasta que la satisface.**

Esto se debe principalmente a que estas actividades se pueden influenciar por componentes internos y externos que experimenta el individuo.

Por lo tanto se basa completamente en la conducta humana y que se estudia con mayor atención desde los años 60. Justo cuando el marketing cambia el enfoque tradicional de venta de muchas empresas en el mundo.

Este estudio de comportamiento permite que se prevea la **reacción de los consumidores** a diferentes mensajes publicitarios o promocionales. De esta manera se pueden desarrollar estrategias de venta que puedan influir en la conducta de los posibles compradores.

Es así como se fomenta el consumo con el fin de mantener a flote la producción y el comercio, partes indispensables de la vida moderna y el eje de la economía actualmente.

Por esa razón, comprender las razones por las cuales ciertas personas consumen ciertos productos permite **identificar procesos racionales y emocionales** que se pueden fomentar o exaltar en la marca.

No hay que olvidar que los seres humanos son altamente influenciables y las tendencias suelen ser seguidas fácilmente en muchas culturas. De ahí la importancia del comportamiento de los consumidores para el marketing en general.

Procesos del comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor se estudia con base en ciertos **procesos que suelen estar presente** en muchas ocasiones. Los procesos más frecuentes en los consumidores son los siguientes:

- **Escaseces:** el proceso en los consumidores inicia cuando se hace presente una **carencia en el día a día**. Esto puede ser con respecto a cualquier cosa, desde hambre por falta de comida o el sentimiento de llenar un vacío material o emocional.
- **Necesidades:** una vez se internaliza la carencia se manifiestan las necesidades del consumidor de **manera consciente**. Estas necesidades pueden variar dependiendo de la edad, clima, estado físico y diversas condiciones individuales que puedan presentar las personas.
- **Motivación:** es cuando de manera consciente el individuo toma **impulso para realizar acciones** concretas y así satisfacer sus necesidades. Estos son todos los planes que se hacen para poder conseguir calmar la necesidad que presenta cada consumidor.
- **Deseos:** una vez concretado el plan de acción como individuo, aparecerán deseos que se manifiestan en diferentes **formas efectivas para cubrir la necesidad**. En este momento el consumidor busca diferentes opciones que puedan cumplir con sus estándares para resolver de la manera más eficiente las necesidades.
- **Aprendizaje:** con el paso del tiempo cada consumidor aprende a **resolver sus necesidades** con diferentes soluciones efectivas. En este caso afecta la toma de decisiones factores como la familia, la cultura y el ambiente general en el que se encuentran.

¿Qué procesos toma en cuenta el marketing en el comportamiento del consumidor?



Para crear un buen marketing las compañías toman en cuenta los siguientes factores de comportamiento de consumidor para lograr **satisfacer las necesidades** de los individuos.

- **Actitud:** se refiere específicamente a la respuesta que tenga cualquier consumidor con respecto al producto. Esto incluye **tanto aceptación como rechazo** y puede verse influenciada por culturas, entornos sociales y más.
- **Situación económica:** en todo el mundo la elección de bienes o servicios determinados se pueden basar solo en la **situación económica del individuo**. Este es un proceso a tomar en cuenta al momento de querer satisfacer las necesidades de las personas sin importar de qué producto o servicio se trate.
- **Equipo comercial:** así como la situación económica es un factor decisivo a la hora de adquirir un bien o servicio, la infraestructura comercial también lo es. Este proceso expone que si se busca satisfacer a un tipo

de consumidor en específico, es necesario que en el entorno en el que se maneja frecuentemente **encuentre lugares** para satisfacer sus necesidades.

- **Publicidad:** es la última de las variables que pueden influenciar a los consumidores al momento de satisfacer una necesidad. Esta busca **persuadir a los consumidores** mediante diferentes medios de comunicación y así promocionar productos y servicios que cubran diversas necesidades de las personas.