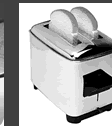


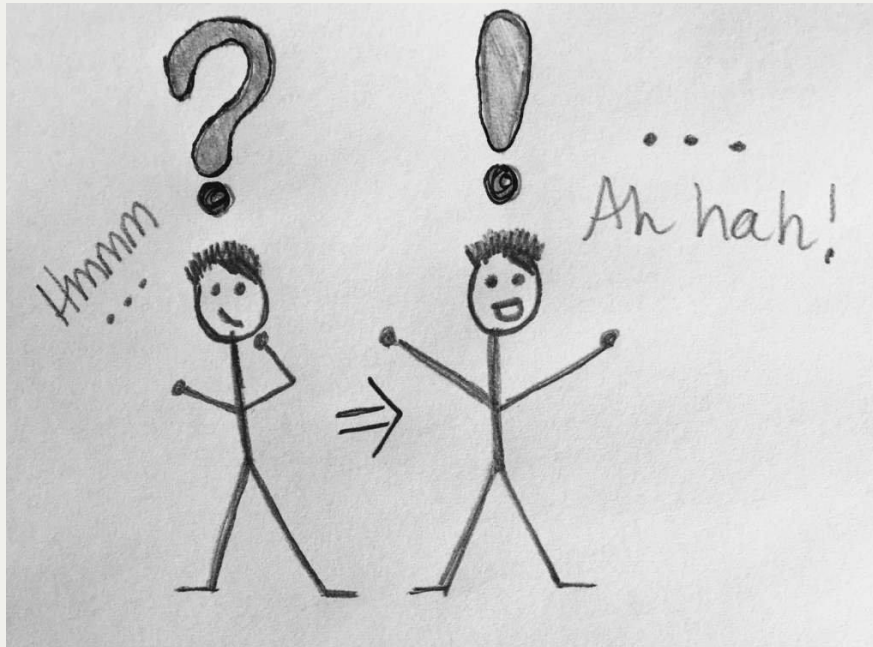
# TEMA 1

Comportamiento del  
consumidor

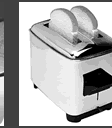
## COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y MARKETING



1. El marketing y el comportamiento del consumidor. Concepto, características y alcance.
2. El proceso de decisión de compra.
3. Factores que influyen en la conducta del consumidor.
4. La defensa del consumidor: el consumerismo.
5. Innovación tecnológica en el comportamiento del consumidor.



- > ¿Qué es el comportamiento del consumidor?
- > ¿Qué es la segmentación de mercados?
- > ¿Cree que la segmentación es importante para comprender el comportamiento del consumidor?
- > *"A menudo la gente no compra los productos por lo que hacen, sino por lo que significan". ¿Qué significa esta afirmación?*



CONSUMO RESPONSABLE >

## Llega a España la marca en la que los consumidores pueden elegir el precio

Una compañía francesa empieza a comercializar en el mercado español leche y huevos que aseguran un mayor retorno para los productores



ANNA ARGEMI

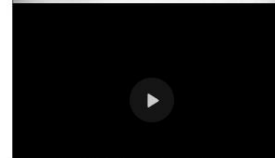
15 ENE 2020 - 18:16 CET



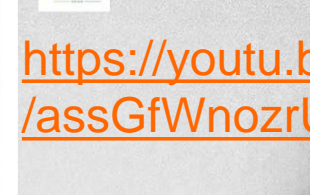
La marca vende de momento leche y huevos, pero preve ofrecer en el corto plazo también aceite y naranjas (C) ¿QUIÉN ES EL JEFE? LA MARCA DE LOS CONSUMIDORES

A finales del 2006 hablaba en este blog del lanzamiento de una marca francesa de productos de alimentación que devolvía al consumidor el poder de decisión. Se trata de *C'est qui le patron?! La marque du consommateur* (¿Quién es el jefe? La marca del consumidor, en español). En esta

MÁS INFORMACIÓN



DESCÚBRELO >>



<https://youtu.be/assGfWnozrU>



# Carrefour quiere que el consumidor ponga precio a sus productos

Para crear los productos 'Quién es el Jefe' los productores, a través de un sencillo cuestionario, preguntan al consumidor cómo deberían estar diseñados sus productos y qué precio están dispuestos a pagar.



30/10/2019 - 15:51h

Carrefour ha comenzado a comercializar productos 'Quién es el jefe', la marca donde los clientes con sus decisiones elijen cómo quieren que sean y qué precio deben tener los productos. La presentación, que la

SABER MÁS

Carrefour inicia la reconquista de España a través del consumidor



Dedica solo  
1m² del espacio  
de tu tienda



PUBLICIDAD







## TENDENCIAS

# ¿Cómo está cambiando la Covid-19 a los consumidores?

- Los expertos señalan que el coronavirus ha alterado algunos valores de los ciudadanos que afectan a sus hábitos de compra
- [Coronavirus en España | Rebotes, contagios y datos, en directo](#)





# status



PORTADA

ESTILO

DISEÑO

JOYERÍA Y RELOJES

BUSINESS

BELLEZA

EVASIÓN

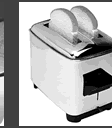
## Por qué las compras compulsivas se han convertido en una 'desconexión' en época de Covid

- \* Las compras compulsivas han aumentado debido a la situación de estrés
- \* Los expertos proponen pautas para conseguir una compra controlada
- \* Diferencias entre compras presenciales y online



Nespresso

# 1. El comportamiento del consumidor. Concepto, características y alcance



## ¿Qué es el Comportamiento del Consumidor?

**“Interacción dinámica de los efectos y cognición, comportamiento, y el ambiente, mediante la cual los seres humanos llevan a cabo los aspectos de intercambio comercial de su vida”**

AMA Definition extraída de Peter y Olson (2006; pág. 5)

***“Comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfaga sus necesidades”***

Fuente: SCHIFFMAN, LEON G. y KANUK, LESLIE L. (2010): *“Comportamiento del Consumidor”*. Prentice Hall. Cap. I, pág. 5

**“Procesos que intervienen cuando los individuos o los grupos seleccionan, compran, usan o desechar productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos”**

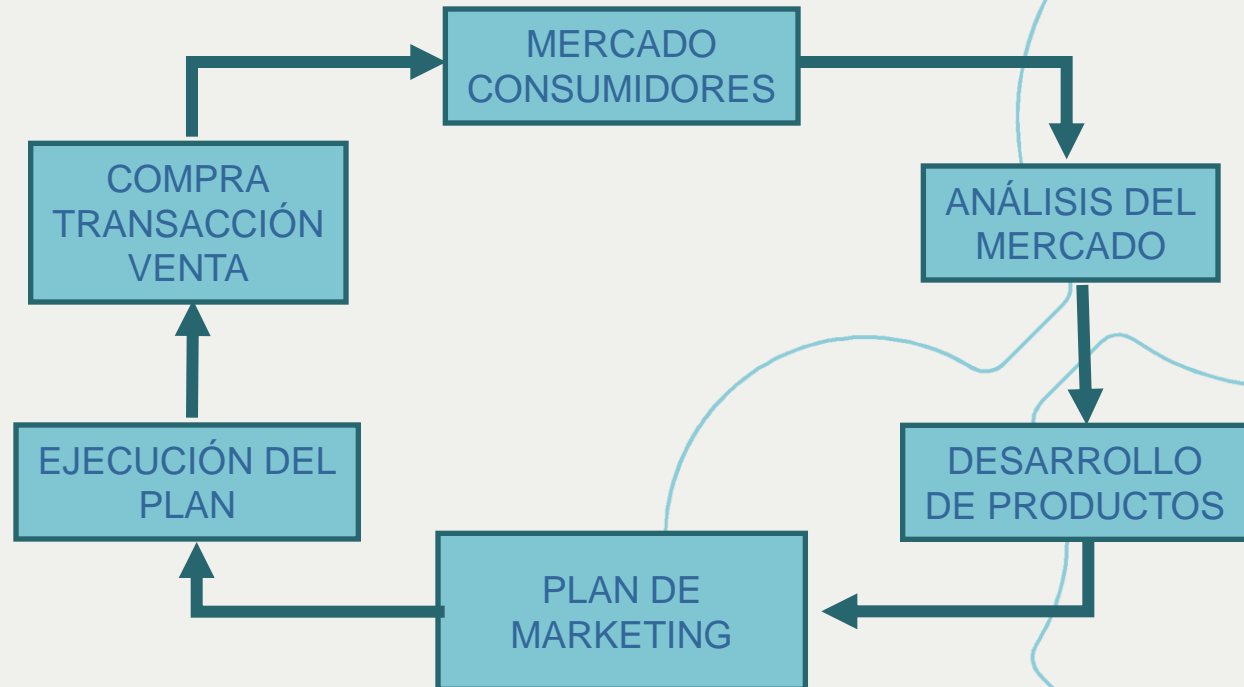
Fuente: SOLOMON, M.R. (2017): *“Comportamiento del Consumidor”*. Pearson. Cap. I, pág. 6



# 1. El comportamiento del consumidor. Concepto, características y alcance



**Comportamiento  
del consumidor y  
marketing**



# 1. El comportamiento del consumidor. Concepto, características y alcance



**Objetivo del  
estudio del CC**

*El objetivo es **COMPRENDER, EXPLICAR** y  
**PREDECIR** las acciones humanas relacionadas  
con el consumo*

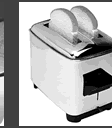
**¿Qué aspectos  
incluye el estudio  
del  
comportamiento  
del consumidor?**

***1.** Comportamiento de compra, uso o consumo  
final individual o en grupo.*

***2.** Factores internos o externos al individuo en el  
proceso de compra y en el uso o consumo.*

# 1. El comportamiento del consumidor.

## Concepto, características y alcance



### BENEFICIOS DEL ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

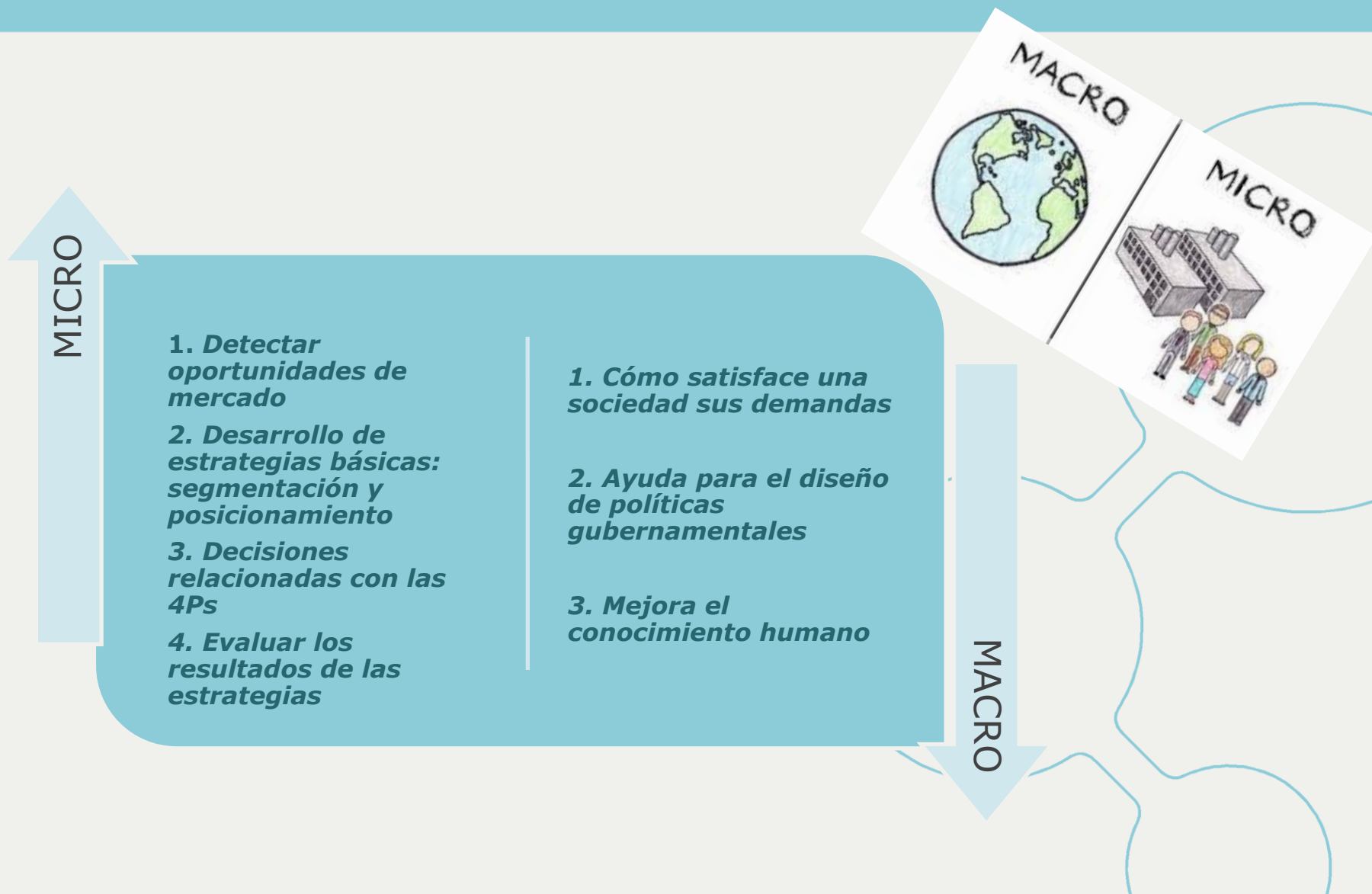
*Identificar de modo más efectivo las necesidades actuales y futuras*

*Planificar de modo más efectivo la acción comercial*

*Obtener su confianza y asegurar su fidelidad*



# 1. El comportamiento del consumidor. Concepto, características y alcance



# 1. El comportamiento del consumidor. Concepto, características y alcance



## Características del comportamiento del consumidor

- 1. Complejo.** Gran variedad de variables internas y externas que influyen en el c.c.
- 2. Cambia** con el ciclo de vida del producto.
- 3. Varía** según el tipo de producto.

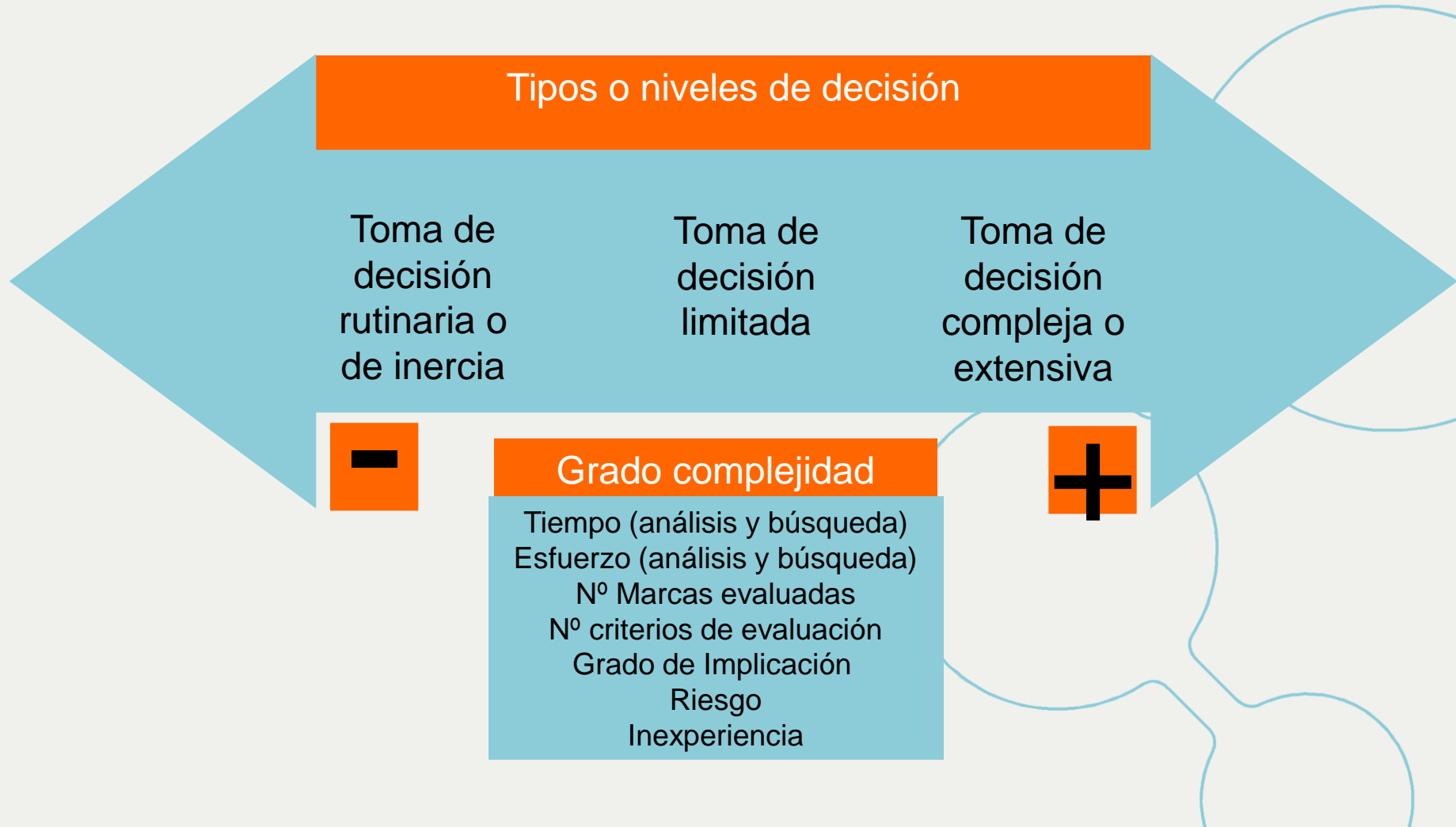


## 2. El proceso de decisión de compra

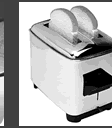


- “Conjunto de actividades que lleva a cabo una persona desde que tiene una necesidad hasta el momento que efectúa la compra y usa, posteriormente, el producto”.
- Consta de una serie de fases, cuya **importancia, intensidad y duración dependen del tipo de compra** que se realice.

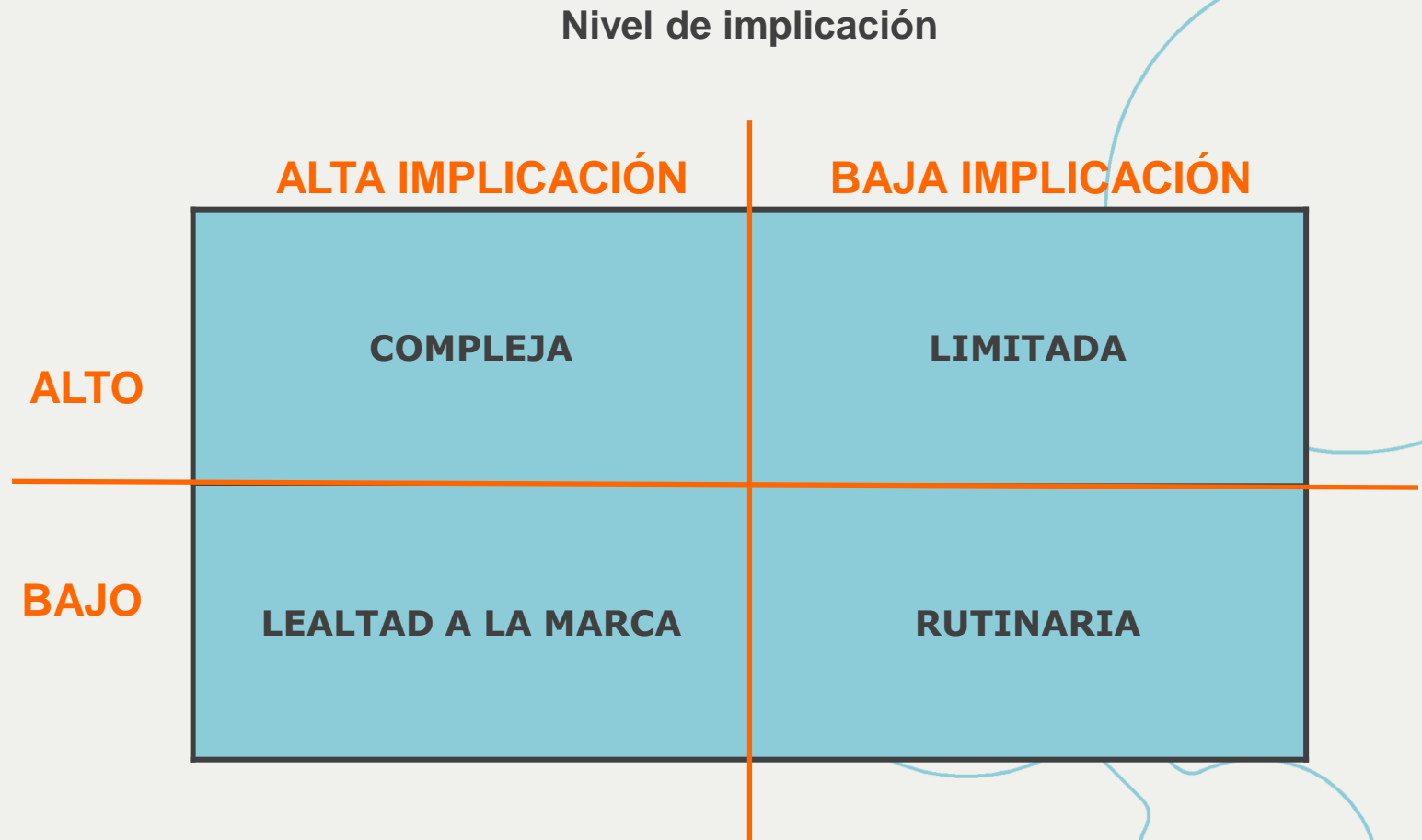
## 2. El proceso de decisión de compra



## 2. El proceso de decisión de compra

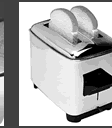


--Esfuerzo de búsqueda y  
análisis de información  
--Nº marcas consideradas



Fuente: Assael (1999)

## 2. El proceso de decisión de compra



Fase 1:

Reconocimiento  
del problema



Fase 2:

Búsqueda de  
información



Fase 3:

Evaluación de  
alternativas



Fase 4:

Decisión de  
compra



Fase 5:

Comportamiento  
post compra

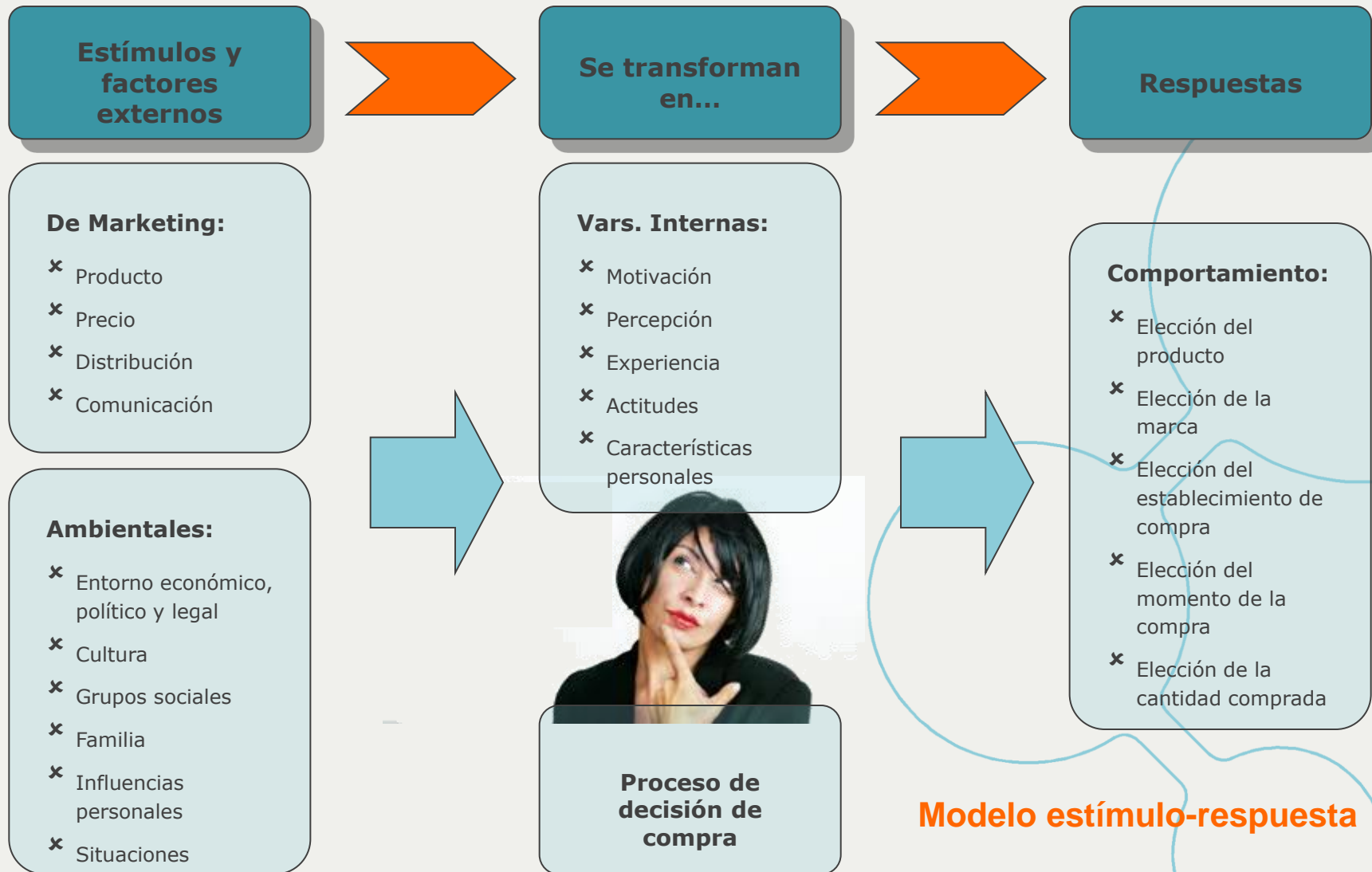
### 3. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor



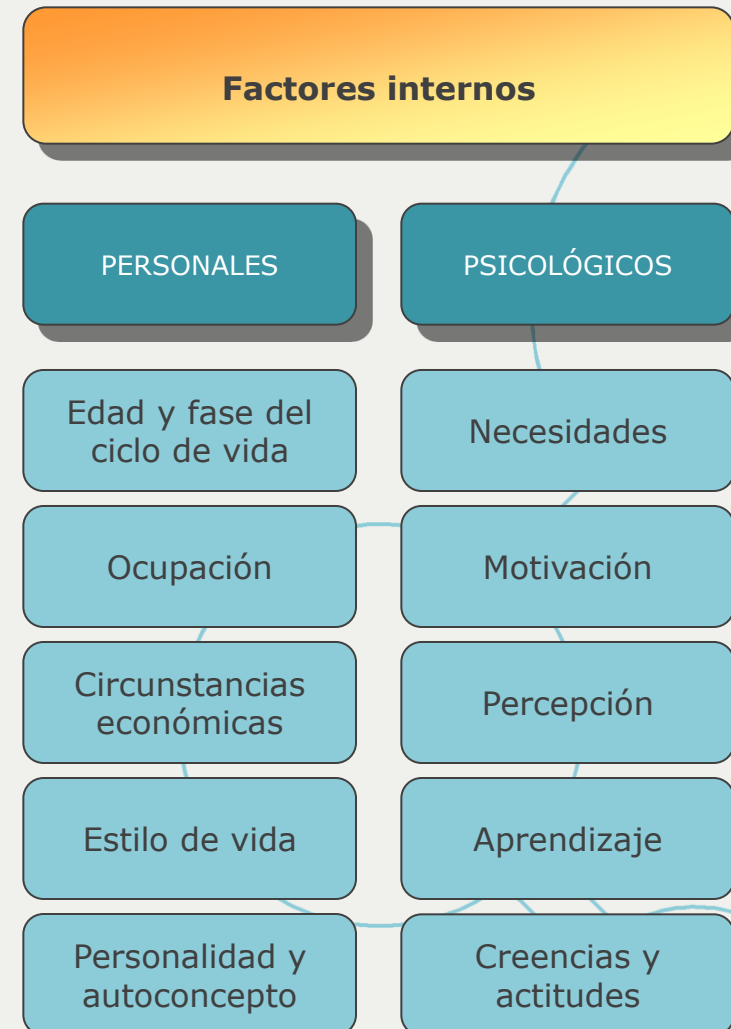
- > **3.1.** Determinantes externos del comportamiento
  - ▣ Culturales
  - ▣ Sociales
- > **3.2.** Determinantes internos del comportamiento
  - ▣ Personales
  - ▣ Psicológicos



### 3. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor



### 3. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor



## 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



- > **¿Manipulan los especialistas en marketing a los consumidores?**
- > **¿Es necesario el marketing?**
- > **Si no está contento con un producto o servicio, ¿qué puede hacer?**



## 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



### > ¿Manipulan los especialistas en marketing a los consumidores?

*La necesidad ya existe; los especialistas en marketing simplemente recomiendan algunas formas de satisfacerla.*

*Crear consciencia de que existe una necesidad, no de crear necesidades.*

*Los especialistas en marketing no conocen lo suficientemente a la gente como para manipularla.  
¡Considere que la tasa de fracasos de los productos nuevos va de 40 a 80 por ciento!*



## 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



### > ¿Es necesario el marketing?

*Los productos cubren necesidades existentes, y las actividades mercadológicas solo ayudan a comunicar su disponibilidad. La publicidad es un servicio que ofrece información, ayudando a reducir el tiempo de búsqueda.*





## 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



### > Si no está contento con un producto o servicio, ¿qué puede hacer?

- *Contacta con el proveedor o empresa.*
- *Reclama en redes sociales.*
- *Considera la vía legal.*
- *Acude a organismos de protección del consumidor.*



## 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



### El consumerismo

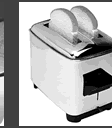


*Es un movimiento que busca incrementar el poder de los consumidores frente a los vendedores*

*Su evolución en España:*

- *Hasta los años 60, no aparecen las primeras asociaciones de amas de casa y consumidores*
- *La Ley de Asociación de 1964 da la posibilidad para que puedan surgir asociaciones consumeristas*
- *En 1975 se crea el Instituto Nacional de Consumo*
- *En 1984 aparece la Ley de Defensa de los Consumidores y Usuarios*
- *En 1988 aparece la Ley General de Publicidad*
- *En 1991 la Ley de Competencia Desleal*

## 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



### Principales asociaciones



- *Asociación General de Consumidores (ASGECO)*
- *Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)*
- *Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU)*
- *Confederación Estatal de Consumidores y Usuarios (CECU)*
- *Confederación de Consumidores y Vecinos*
- *Federación de Consumidores y Usuarios Independientes (FUCI)*
- *Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP)*
- *FACUA Consumidores en acción*
- *Organización de Consumidores y usuarios (OCU)*
- *Unión de Consumidores y Usuarios de España (UCE)*
- *Asociación para la defensa de impositores de la banca y cajas de ahorro (ADICAE)*

# 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



La voz de los consumidores

https://elcorreoweb.es/sevilla/la-voz-de-los-consumidores-HF2755696

**Vodafone Ilimitada**  
Datos ilimitados  
Llamadas ilimitadas  
Sin permanencia  
40<sup>99</sup> €/mes  
Me interesa

**elCorreo**  
martes, 28 enero 2020 12:17, última actualización  
Aviso legal | Política de privacidad  
SEVILLA PROVINCIA ANDALUCÍA OPINIÓN CULTURA MÁS PASIÓN SEVILLA FC BETIS +SECCIONES  
elDecano elCorreo AGENDA

**La voz de los consumidores**  
Asociaciones. Asesoran y defienden a los compradores frente a las empresas y ante las administraciones. Una labor en continuo crecimiento  
AUXILIADORA VILLAR / SEVILLA / 15 MAR 2017 / 07:00 H. ACTUALIZADO: 15 MAR 2017 / 02:00 H.

**facua**  
Consumidores en Acción

El portavoz de Facua, Rubén Sánchez, en una comparecencia ante la prensa. / C. Hernández

Las asociaciones de consumidores empezaron a surgir en la década de los 70 en Europa y Estados Unidos al mismo tiempo que crecía la oferta de productos. Según explica Consumers International «la gente pronto se dio cuenta de que estaba a merced de los fabricantes, sobre todo cuando tenían quejas sobre la calidad y el valor de estos nuevos productos».

TAGS:  
CONSUMO  
LOS ATROPELLADOS AL CONSUMIDOR

**Seguros de Caución\***  
MIC INSURANCE  
MILLENNIUM

**Y CONSIGUE UNA ENTRADA DOBLE PARA VER CIRQUE DU SOLEIL**  
1602A

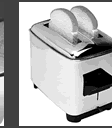
¿Alguna vez ha querido saber cuánto podría ganar con su casa?  
Más información

Descúbralo y publique su anuncio en HomeAway.

Juega esto durante 1 minuto y verás por qué todos son adictos  
Vikings: Juego Online G... | Patrocinado  
Read Next Story >

Configuración de cookies  
12:45  
28/01/2020

## 4. La defensa del consumidor: El consumerismo



### **Respuestas de las empresas**

- **No hacer nada**
  - ✓ **Oídos sordos ante las críticas**
  - ✓ **Ausencia de respuesta**
- **Ataque frente a las acusaciones y política de confrontación**
  - ✓ **Eliminar el consumerismo con respuestas agresivas**
  - ✓ **Desacreditación del consumerismo**
- **Negociación limitada**
  - ✓ **Autorregulación**
  - ✓ **Intentos de pactar**
- **Integración de la realidad consumerista en la estructura de la empresa**
  - ✓ **Creación de líneas telefónicas para atender quejas**
  - ✓ **Marketing relacional**
  - ✓ **Adopción de un concepto más social del marketing**



## 5. Innovación tecnológica en el comportamiento del consumidor



### Las nuevas tecnologías que están cambiando el mundo:

#### **CENTRADA EN EL ANÁLISIS DE DATOS (Big Data)**

- Información del mundo online.
- Desarrollo de apps (asistentes de voz).

#### **CENTRADA EN EL ESTUDIO INDIVIDUO**

- Compresión de las ondas cerebrales.
- Movimiento virtual.
- Sentimientos.

#### **CENTRADA EN EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD**

- Ahorro de energía y eficiencia.
- Disminución de la contaminación.

#### **CENTRADA EN ELABORACIÓN PRODUCTOS O ESPACIOS**

- Realidad aumentada.
- Impresora 3D.
- Robots.

## 5. Innovación tecnológica en el comportamiento del consumidor



Jan 11, 2022, 08:15am EST | 1217 views

# Eight Tech Innovations That Will Impact The Market For Consumers In 2022



**Expert Panel** Forbes Councils Member  
**YEC COUNCIL POST** | Membership (Fee-Based)  
Entrepreneurs

- f** Technology is evolving at a faster pace than ever, and each change affects the consumer market in different ways. Every year, innovations are introduced that impact the market in ways some people never would have imagined.
- in** Now that 2021 has come to a close, professionals in every industry are anticipating the tech innovations that will take the market by storm in the coming year. Below, eight members of [Young Entrepreneur Council](#) weigh in to share which tech innovations they believe will have the greatest impact on the market in 2022.

# 5. Innovación tecnológica en el comportamiento del consumidor



## Resumiendo...



## Deciphering the Technology



### Artificial Intelligence

The ability to leverage customer data and AI concepts like machine learning to anticipate your customer's next move and improve the customer journey.



### Future of Retail

Technology that can influence customer experience (CX) and use AI to drive future spending and brand preference, both online and in-store.



### Augmented Reality

Technology that enhances a real-life environment by layering three-dimensional artificial objects on top of it.



### Internet of Things (IoT)

The extension of internet connectivity into physical devices and everyday objects which in turn provide data to marketers.



### Blockchain

A reliable, difficult-to-hack record of transactions and ownership. In marketing, it provides marketers with a more secure way to encrypt sensitive data.



### Live Video

Broadcasting a live video feed to an online audience; enables marketers to promote their products or services in real time.



### Chatbots

Computer-generated programs that use artificial intelligence (AI) to initiate and carry on conversations with consumers.



### Neuro

Technology that uses the principles of neuropsychology to study consumers' sensorimotor, cognitive, and affective response to marketing stimuli.



### Digital Transformation

Service providers that help brands digitize offerings and creative tech-driven service models and platforms.



### Programmatic

Automated bidding on advertising inventory in real time, for the opportunity to show an ad to a specific customer, in a specific context.



### Future Consumers

Digital-first companies that create content and experiences that leverage technology to engage consumers in an impactful and meaningful way.



### Virtual Reality

The use of computer technology to create a simulated environment where the user is placed inside an experience.