



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

ZONA DE LA CULTURA

MERCADOTECNIA 2MLM

“COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR”

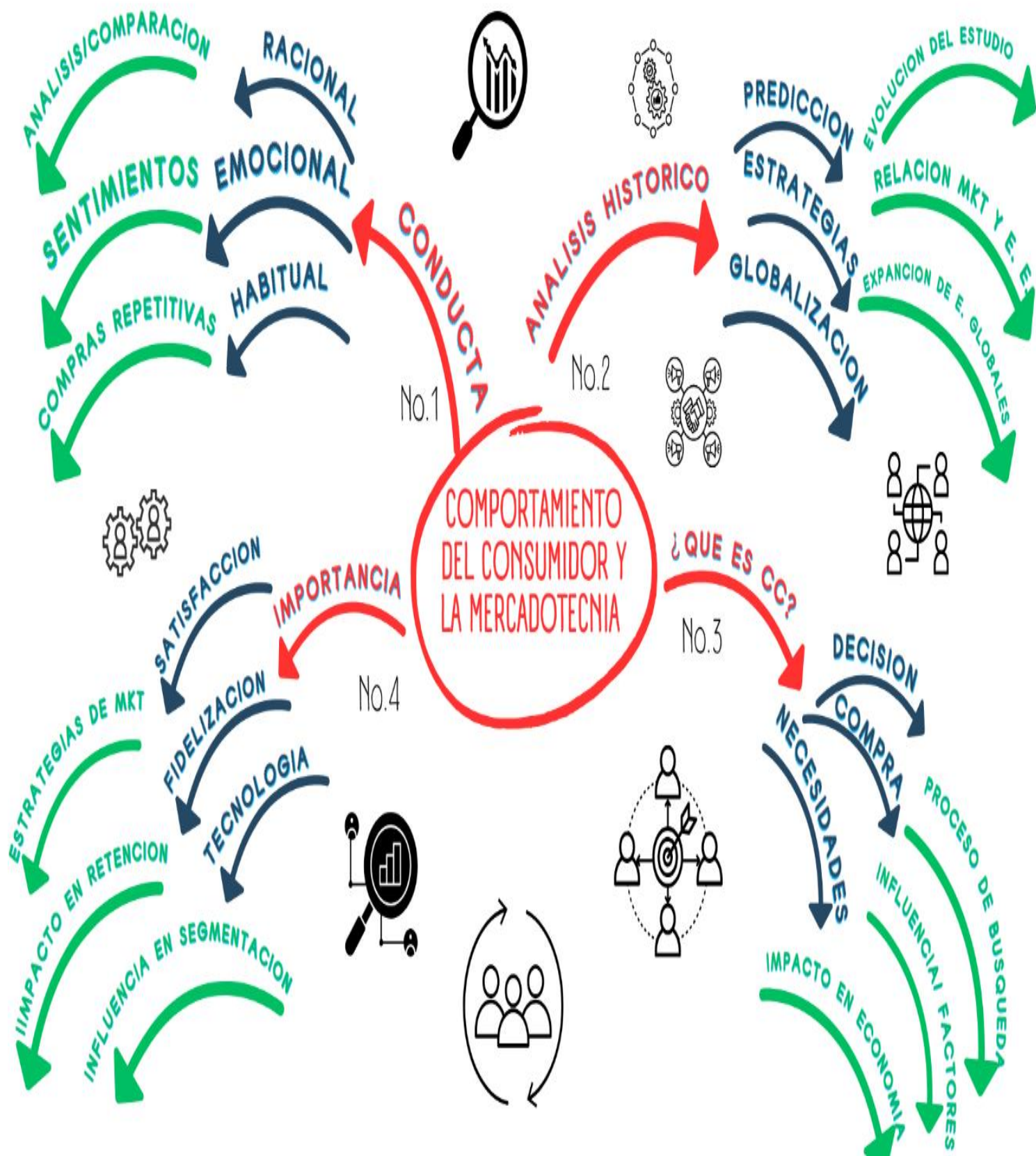
DR. MINERVA CAMACHO JAVIER

NATIVIDAD LANDERO RODRIGUEZ

20/FEBRERO/2025

INTRODUCCION

Definimos el comportamiento del consumidor como el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Eso incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan después de la compra, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y cómo lo desechan.



CONCLUSION

En esta primera tarea se realizó un mapa mental previo a nuestro reporte de lectura, donde pudimos hallar nuestra información en libros y artículos, ya que así pudimos buscar información más relevante para que nuestra información sea de primera mano, previo al reporte de lectura se puede observar el mapa mental donde recaudamos información de manera que se pueda entender y ser más visual que solo textos.

REFERENCIA

Schiffman, L. Lazar, L. y Wisenblit, J. (2010).
Comportamiento del Consumidor. [PDF]. Ed. PEARSON
EDUCACION, México. [Comportamiento del Consumidor
10ed.](#)