



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SU INCIDENCIA EN EL
CONSUMO DE BIENES Y/O SERVICIOS EN LA CIUDAD DE MACHALA

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

AUTORA:

REINOSO MIRANDA DIANA CAROLINA

MACHALA - EL ORO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, REINOSO MIRANDA DIANA CAROLINA, con C.I. 0706258761, estudiante de la carrera de ECONOMÍA MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SU INCIDENCIA EN EL CONSUMO DE BIENES Y/O SERVICIOS EN LA CIUDAD DE MACHALA

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 19 de noviembre de 2015

REINOSO MIRANDA DIANA CAROLINA
C.I. 0706258761

TEMA:

**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SU INCIDENCIA EN EL
CONSUMO DE BIENES Y/O SERVICIOS EN LA CIUDAD DE MACHALA.**

RESUMEN

El comportamiento del consumidor en la actualidad se ha tornado complejo y trascendental debido a las múltiples ofertas existentes para cubrir cada una de las necesidades que presente el individuo es por ello que entre las conductas que abordaremos a continuación puedo mencionar que una de las causas puede ser la condición económica motivo por el cual provocaría el consumo y/o una conducta planeada del consumidor es decir estimable de cuándo y que consumirá de acuerdo a la situación.

Otro de los cuadros identificados del consumidor que presenta disciplina sugestionada al consumir es a causa de las condiciones psicológicas que este atravesando en el momento que decidiere consumir el producto y/o servicio, dichos comportamientos son presenciados en una múltiple variedad de productos, así mismo podemos decir que a causa de la conducta motivacional que presentare el individuo se hace referencia a una conducta compulsiva que es otra de las disciplinas presenciadas en el mercado de Machala, Provincia de El Oro.

ABSTRACT

Consumer behavior today has become complex and transcendental due to the many existing offers split cover each of the needs presented by the individual is why among the behaviors that board then I mention that one of the causes may be the reason economic condition which would cause consumption and / or planned consumer behavior that is estimable and when consumed according to the situation.

Another identified pictures consumer presents Influenced as discipline to consume it is because of the psychological conditions which this crossing when it decides to consume the product and / or service, these behaviors are witnessed in a multiple variety of products, likewise we can say that because of the motivational behavior that introduce the individual referred to compulsive behavior which is another of the disciplines witnessed in the market Machala, province of El Oro.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un análisis que identifique el modelo de conducta de consumidor en base a tres productos estrella en el mercado de Machala, ya que la Industria en el Ecuador a nivel macro y micro se ha venido analizando en base a sus indicadores macroeconómicos y en referencia a datos históricos como País, así mismo dichas variables se evidencian fluctuantes por la conducta del ser humano, mismo que actualmente marca las tendencias de consumo más complejas por la variedad de oferta de productor para satisfacer una misma necesidad, es por ello que cabe resaltar y enfocarnos básicamente en los cambios de matriz productiva que es un sector en auge y desarrollo por la inversión que se le ha otorgado la importancia debida de impulso hacia pequeños, medianos y grandes emprendedores en lo que se refiere diversificación del área local, nacional y de país.

La conducta del consumidor desde épocas muy remotas fue estudiada por evidenciar el tipo de disciplina que presenta el ser humano ante la necesidad de cubrir un requerimiento y por ello dando un punto de vista desde los cambios y evolución de nuestro país en el manejo de matriz productiva mencionaré las más relevantes como lo fue la primera que se aplicó hasta 1972 si recordamos un poco de historia, dicho modelo se centraba en las riquezas del país, es decir en el sector agropecuario donde se suscitó el boom bananero y cacaoero dichos factores y condicionantes hicieron que nuestro país tenga la denominación en la ciudad de Machala como capital bananera del mundo durante el siglo XIX y XX, durante esta época se presentó cambios en las principales ciudades, pequeños pasos de industrialización a base de la actividad principal atribuyendo gran cantidad de exportaciones las frutas de banano y cacao; a partir de ello se empezó a diversificar la exportación de frutas, turismo, etc...

Como segundo modelo de matriz utilizado para el desarrollo del país fue hasta el periodo 2012, el boom petrolero y parte agropecuaria, en esos tiempos el petróleo fue base y hasta la actualidad sigue siendo la fuente de desarrollo en nuestro medio, ya que los productos que aportan más a los indicadores de nuestra economía son hechos a base de petróleo con el cual se detectó leves pasos de industrialización de la producción ecuatoriana.

Cabe mencionar el criterio de Adam Smith, quien dijo:

“La mayor fuente de riqueza es el trabajo y no la tierra” (Adam Smith, "La mayor fuente de riqueza es el trabajo y no la tierra", 1966)

- Francios Quesnay - creía que la riqueza no está en el oro ni en la plata, sino que proviene de la producción agrícola o manufacturera. Argumentaba que la agricultura es tan valiosa porque trabaja con la naturaleza, que multiplica el esfuerzo y los recursos del agricultor, para producir un excedente neto. (Gabriel Gutierrez Pantoja /, 2011)

Acentuando las bases históricas y el fundamento de porque dadas las condiciones actuales se toma como referencia la aplicación de teorías que ya fueron utilizadas en el pasado, la diferencia es que hoy se le da valor agregado y los factores económicos son otros, el cambio de matriz productiva se centra básicamente en variables de eficiencia, eficacia; factores determinantes dentro de la calidad de la producción y la manufactura de las industrias, estos dos puntos se los pretende alcanzar con un cambio de culturización y un reordenamiento de procesos para que los colaboradores de las empresas se centren más y tecnifiquen una actividad, haciendo referencia principalmente a la diversificación de la producción tanto para el fragmento nacional como internacional, apoyado en diversos sectores de la economía.

En conclusión puedo mencionar que la conducta del consumidor en los últimos años conforme existe más diversificación de producción, más exigencias de mercado se crean para la demanda de los mismos productos debido a varias variables exógenas e endógenas que caracterizan y puntualizan las requerimientos de los consumidores, mismos que se ven en evolución por el avance de indicadores y niveles como país.

DESARROLLO

BLACKWELL, Roger D. et al. (2001). Comportamiento del consumidor. 9° Edición. México: Ed. Thomson.

- a) **Consumo Compulsivo:** Aquellas prácticas que, aunque se llevan a cabo para mejorar la autoestima, son inapropiadas, excesivas y nocivas para las vidas de los involucrados.

BLACKWELL, Roger D. et al. (2001). Comportamiento del consumidor. 9° Edición. México: Ed. Thomson.

- b) **Consumidor personal:** Compra bienes y servicios para su consumo propio, para uso de su familia o como obsequio para un amigo.

SCHIFFMAN, León G. y Lazar Kanuk Leslie. (2005). Comportamiento Del Consumidor. 8° Edición. México: Ed. Pearson Educación.

- c) **Consumidor organizacional:** Incluye empresas con propósitos de lucro o sin ellos, dependencias gubernamentales (locales, estatales y nacionales) e instituciones (escuelas, hospitales, etc.) todos los cuales deben comprar productos, equipo y servicios para mantener en marcha sus organizaciones. (BLACKWELL, 2012)

Entre los artículos podemos revisados sobre conducta del consumidor podemos identificar un claro ejemplo según Bravo, A.W.V., Hung, M.-K.R., Hernández Roca, C.V., Menéndez, R.G., Sarracent, A.S. en Revista del Hospital Psiquiatrico de la Habana año 2012 (Bravo, 2012)

- El consumo de sustancias tóxicas, conocidas como las drogas, es un fenómeno relevante debido a su extensión y las consecuencias para la salud económica, social, moral e individual y social; el consumo de drogas ocultar dimensiones que son necesarias para saber si existe la intención de dar más información para saber este fenómeno; este estudio está orientado a formular como un problema de las consecuencias derivados por el comportamiento de la medicina y la marihuana consumidor comportamiento que afecta a los familiares, las estrategias de afrontamiento adoptadas y la actitud respecto antes de drogas ilegales y legales. Nuestra investigación es un estudio descriptivo de la medicina y la marihuana consumidoras formado por 83 pacientes masculinos y sus familiares que cumplan

con el criterio de inclusión y exclusión. No se aplicaron entrevistas estructuradas validadas. Las variables seleccionadas fueron: altas problemas familiares relevantes: separación o divorciada violencia física y psicológica, sobre las estrategias que enfrentan adoptadas por los familiares ante el comportamiento de los pacientes, las actitudes más frecuentes fueron: para criticar y para asesorarlos, los familiares se molestaron y rechazar los pacientes. La actitud de los familiares de frente drogas legales, (tabaco, café y alcohol) era muy diferente a la actitud ante las drogas ilegales.

Otro de las investigaciones realizadas en la conducta del consumidor vemos aplicado el análisis factorial para identificar conducta del individuo en base a estadísticas reportadas como de la siguiente manera:

- Análisis factorial exploratorio (EPT) es uno de los procedimientos estadísticos más utilizados en la investigación social. El objetivo principal de este trabajo es describir las prácticas más comunes utilizadas por los investigadores en el área de la conducta del consumidor y el marketing. A través de una metodología de revisión de la literatura se analizaron las prácticas de AFE en cinco revistas de comportamiento de los consumidores y de comercialización (2000-2010). A continuación, se analizaron las decisiones tomadas por los investigadores en relación con modelo de factores, criterios de retención, la rotación, los factores de interpretación y otras cuestiones pertinentes al análisis factorial. Los resultados sugieren que los investigadores llevan a cabo de forma rutinaria análisis utilizando estos métodos cuestionables. Sugerencias para mejorar el uso del análisis factorial y el informe de los resultados se presentan y una lista de verificación (factorial exploratorio Análisis Checklist, EFAC) se ofrece para ayudar a los editores, revisores y autores a mejorar la publicación de análisis factorial exploratorio. (Barrientos Delgado)

Recolección y análisis de datos.

- Distribuidora Campoverde

Dirección: Circ. Norte, vía Limón, Edf. Dica – El Prado – Machala.

Telfs: (07) 298-0244; (07) 298-0797

<i>Tabla # 1</i>	POSICIÓN EN VENTAS	VENTAS	UTILIDADES	IMPUESTOS
2011	472	\$ 34.739.826	-	-
2012	752	\$ 22.887.181	\$ 287.910	\$ 55.112
2013	1076	\$ 16.567.923	\$ 145.952	\$ 52.588
2014	1606	\$ 9.892.754	\$ 264.500	\$ 72.538

Fuente: Banco Central del Ecuador (Revista Ekos Negocios, 2014)

Elaboración: La Autora.

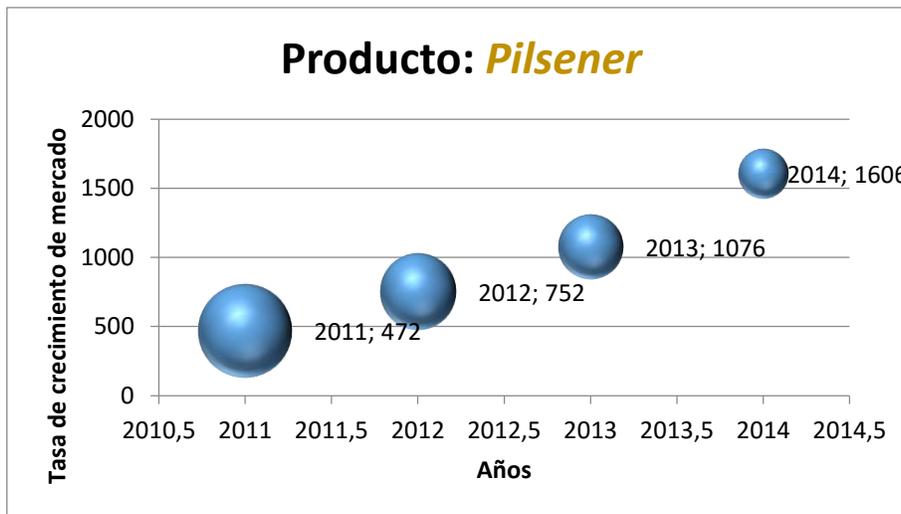


Gráfico N° 1: Producto Pilsener; Distribuidora Campoverde.

Elaboración: La Autora

Análisis: En el presente producto perteneciente a la Compañía de Cervecería Nacional, específicamente a las estadísticas que reposan en la Distribuidora Campoverde de la Ciudad de Machala se puede evidenciar que los consumidores del mismo presentan una **conducta Compulsiva** ya que la tasa de crecimiento promedio va en aumento, dicho comportamiento se da a causa de factores emocionales mismos que como efecto producen un consumo impulsivo y va en incremento las unidades adquiridas de dicho producto a partir del uso de uno de ellos.

De allí que podemos partir en analizar la disciplina del consumidor machaleño para este segmento ya que es un producto rentable, pero que a la vez afecta la salud del ser humano a largo plazo, en este comportamiento intervienen variables directas como grupos de acompañamiento es decir amigos, compañeros de trabajo, familia, edad, nivel de escolaridad, estatus sentimental, y motivacional, entre otras.

- **DISTRISODA S.A.**

Explotación de criaderos de camarones (camaroneras), criaderos de larvas de camarón (laboratorios de larvas de camarón).

CIU: A0321.02

Dirección: Arizaga S/N y Sauces, Edificio Luavadora Fajardo – Machala.

Telfs. (07) 293-3022; (07) 293-3022

<i>Tabla N° 2</i>	POSICIÓN EN VENTAS	VENTAS	UTILIDADES	IMPUESTOS
2011	1757	\$ 2.425.925	\$ 2.425.925	\$ 592.881
2012	1200	\$ 12.834.895	\$ 4.531.740	\$ 841.454
2013	1239	\$ 13.999.090	\$ 6.671.329	\$ 1.222.775
2014	944	\$ 18.231.904	\$ 7.006.883	\$ 1.406.471

Fuente: Banco Central del Ecuador (Revista Ekos Negocios, 2014)

Elaboración: La Autora.



Gráfico N° 2: Producto Camarón; Empresa DISTRISODA S.A.

Elaboración: La Autora. (Negocios)

Análisis: En la presente empresa DISTRISODA, se reflejan las estadísticas del consumidor de un producto en específico como camarón, producto de uso alimenticio para quienes presentan gustos y preferencias por los mariscos cuando de elección de alimentos se refiere, por ende los datos en el cuadro refleja un aumento de demanda de camarón entre el primer semestre del año 2011 y 2012 influyendo las épocas carnavales, que se encuentran en el primer semestre del año, etc... ya que en el segundo semestre por costumbres y cultura se consume otro tipo de alimentos, luego de este periodo se evidencia un incremento controlado por lo que se define como **conducta personal** de consumo, ya que lo que se adquiere en este caso camarón es para satisfacer necesidades personales.

- **IN.CAR.PALM. INDUSTRIA CARTONERA PALMAR S.A.**

Fabricación del papel y cartón ondulados o corrugado.

Dir: Av. 25 de Junio, Km 4 1/2, vía a Pasaje, salida de Machala – Machala.

Telfs. (07) 299-3009

<i>Tabla N° 3</i>	POSICIÓN EN VENTAS	VENTAS	UTILIDADES	IMPUESTOS
2011	158	\$ 103.238.821	\$ 1.074.719	\$ 1.048.439
2012	161	\$ 100.945.339	\$ 2.462.567	\$ 299.220
2013	155	\$ 113.472.426	-	\$ 58.384
2014	158	\$ 119.250.157	\$ 3.177.041	\$ 1.269.464

Fuente: Banco Central del Ecuador (Revista Ekos Negocios, 2014)

Elaboración: La Autora.

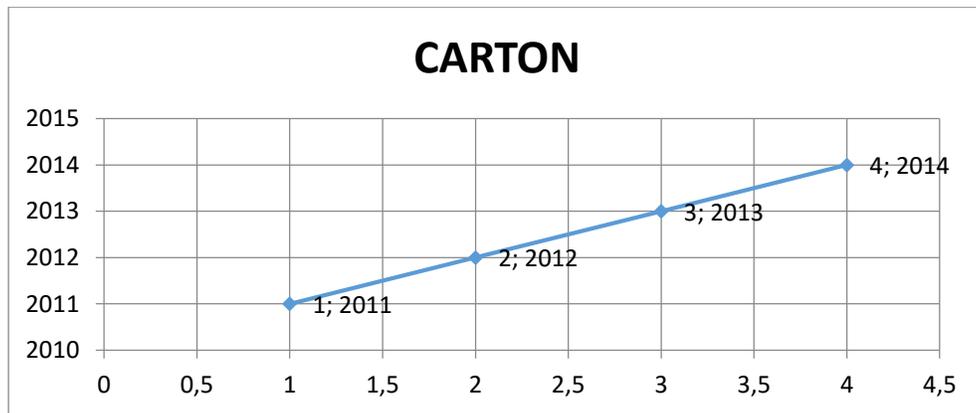


Gráfico N° 3: Producto Cartón; Empresa IN.CAR.PALM. INDUSTRIA CARTONERA PALMAR S.A.

Elaboración: La Autora. (Ecuador)

Análisis: Las estadísticas presentadas en la tabla y representadas en la gráfica hacen referencia al producto de cartón de la empresa IN. CAR. PALM. INDUSTRIA CARTONERA PALMAR S.A. quienes distribuyen y comercializan dicho producto como insumo de otros productos por ende el consumo va a ser en incremento dependiendo de las fluctuaciones de nuestra económicas de nuestro entorno considerado como factor endógeno para el consumo de dicho producto por ende se caracteriza como **Consumidor Organizacional**, en efecto la tendencia indica incremento de consumo del producto considerando que es necesario para el funcionamiento de otras instituciones tanto públicas o privadas aquí inciden las preferencias del consumidor organizacional en cuanto a condición económica, calidad, costo beneficio de adquisición de unidades de dicho producto, aquí podemos considerar otro factor como la restricción presupuestal bien sea por variación en el ingreso o en el precio del producto.

CIERRE

- En conclusión hemos identificado tres conductas de consumidor de tres productor de mayor comercialización en el mercado de Machala dependiendo de actividad económica, gustos y preferencias, y por necesidad organizacional. A continuación de manera breve abordando la primera conducta que se analizó, podemos decir que a pesar de ser un producto de consumo adictivo, es decir que la demanda de dicho producto va en aumento podemos demostrar que un individuo tiene la capacidad de consumir en aumento por factores como personalidad quienes en mucho de los casos no se conforman con la cantidad de producto adquirida, es por ello que se evidencia la Utilidad Marginal del consumo de cerveza podemos decir que: 1 individuo al consumir 1 cerveza tentativamente tendrá 10 de utilidad del producto, mientras que al haber consumido 4 es el punto en el cual la demanda de dicho beneficio empieza a decrecer por ende su utilidad no es la misma como lo fue al inicio, a continuación de manera gráfica se ve reflejado la utilidad marginal y total de producto de consumo masivo en la empresa Distribuidora Campoverde.

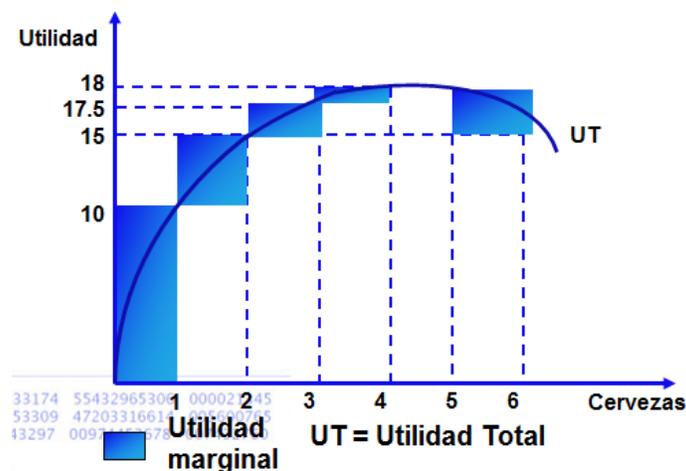


Gráfico 4.- Utilidad Total y Marginal

- De la misma manera que se evidencio la conducta del consumidor puede tener comportamiento variable dependiendo del uso del producto, se analizó además la demanda de consumo de camarón la misma que se la cualifico como consumo personal ya que de acuerdo al perfil de usuarios consumirán este producto alimenticio.

- Como último punto evaluamos el comportamiento del consumo organizacional que se ve marcado por las necesidades de la empresa en la que se utilice dicho insumo como materia prima para elaboración de terceros, es decir juega un papel muy importante los factores endógenos como promoción del producto, calidad, y en especial el precio ya que es el factor determinante de la disciplina de compra organizacional en Machala, por efectos de optimización de recursos con producción con eficacia y eficiencia.

Contenido

Tabla 1.- Producto Pilsener; Distribuidora Campoverde.....	6
Tabla 2.- Producto Camarón; Empresa DISTRISODA S.A.....	7
Tabla 3.- Producto Cartón; Empresa IN.CAR.PALM. INDUSTRIA CARTONERA PALMAR S.A.....	8
Gráfico N° 1: Producto Pilsener; Distribuidora Campoverde.....	6
Gráfico N° 2: Producto Camarón; Empresa DISTRISODA S.A.....	7
Gráfico N° 3: Producto Cartón; Empresa IN.CAR.PALM. INDUSTRIA CARTONERA PALMAR S.A.....	8
Gráfico N° 4: Utilidad Total y Marginal.....	9

Trabajos citados

- Adam Smith. (1966). "La mayor fuente de riqueza es el trabajo y no la tierra".
- Adam Smith. (1966). *Adam Smith*.
- Barrientos Delgado, J. ., (s.f.). *SCOPUS*. Obtenido de Prácticas del análisis factorial exploratorio (AFE) en la investigación sobre conducta del consumidor y marketing: <http://www.scopus.com/record/display.url?eid=2-s2.0-84867563462&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=conducta+del+consumidor&st2=&sid=C9B612B7158BEC38920B3157E5647BB5.fM4vPBipDL1BpirDq5Cw%3a10&sot=b&sdt=b&sl=38&s=TITLE-ABS-KEY%28conducta+del+consumidor>
- BLACKWELL, R. D. (AGOSTO de 2012). Obtenido de <http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/Comportamiento%20del%20consumidor.pdf>
- Bravo, A. H.-K. (2012). *Biblioteca Virtual Scopus*. Obtenido de http://www.scopus.com/results/results.url?numberOffields=0&src=s&clickedLink=&edit=&editSaveSearch=&origin=searchbasic&authorTab=&affiliationTab=&advancedTab=&scint=1&menu=search&tablin=&searchterm1=conducta+del+consumidor&field1=TITLE_ABS_KEY&dateType=Pu
- Ecuador, B. C. (s.f.). *Ekos, Negocios*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/Empresas.aspx?idE=117&nombre=IN.CAR.PALM.%20INDUSTRIA%20CARTONERA%20PALMAR%20S.A.&b=1>
- Gabriel Gutierrez Pantoja /. (2011). *Biblioteca Nacional de México*. Obtenido de http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/698/Publica_20110921175115.pdf
- jmgdhkj. (gghkj). *ghmk*. ghj: ghj.
- Negocios, E. (s.f.). <http://www.ekosnegocios.com/empresas/Resultados.aspx?q=distrisoda>. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/Resultados.aspx?q=distrisoda>
- Revista Ekos Negocios. (2014). <http://www.ekosnegocios.com/empresas/empresas.aspx?ide=628&b=1>. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/empresas.aspx?ide=628&b=1>

www.utmachala.edu.ec

www.inec.gob.ec

www.bce.gob.ec

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CONDUCTA DEL CONSUMIDOR terminado.docx (D15814893)
Submitted: 2015-10-22 23:36:00
Submitted By: dreinoso@utmachala.edu.ec
Significance: 6 %

Sources included in the report:

PROYECTO GRUPO ORDOÑEZ.docx (D13319729)
http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1217/concepto_consumidor.html
<http://www.ekosnegocios.com/empresas/Empresas.aspx?idE=117&nombre=IN.CAR.PALM.%20INDUSTRIA%20CARTONERA%20PALMAR%20S.A.&b=1>

Instances where selected sources appear:

3