

Análisis del comportamiento del consumidor, ante la oferta de productos electrónicos en el mercado de la ciudad de Sucre

Omar Ayllon

oayllon@ingcomercial.edu.bo

Clemente Coronado Fabio Fernando; Sabino Simón Flores Rodríguez; Ronald Ely Marca López; Daniel Rodrigo Mendoza Bravo; Edwin Fernando Viluyo Bolívar

Recibido julio 20, 2017; Aceptado septiembre 10, 2017

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad buscar las respuestas concretas sobre el comportamiento del consumidor, frente a la creciente oferta de productos electrónicos, por moda, estilo de vida o adelanto tecnológico; estos productos pueden ser de marcas reconocidas o en su defecto, de marcas de origen chino; además de conocer las causas, y determinar los factores que inciden en un cambio del comportamiento del consumidor. Priorizando el estudio del comportamiento usual de los consumidores específicos del mercado campesino de la ciudad de Sucre.

Palabras Clave: Comportamiento, Consumidor. Mercado, Chino

Abstract

The present work of investigation thinks end search for the concrete answers on the conduct of the consumer, in front of the growing offer of electronic products, for fashion, style of life or move forward technological; these products can be outstanding grateful or in your defect, outstanding of Chinese origin; besides knowing the causes, and decide the factors that fall in a change of the conduct of the consumer. Granting the priority to the study of the usual conduct of the specific consumers of the country market of the city of Sucre.

Key Words: Behavior, Consumer, Market, China

Introducción

En los últimos años, con el avance de la tecnología, los productos electrónicos fueron adquiriendo mayor sofisticación y complejidad, simplificando muchos aspectos de la vida cotidiana de la población, llegando en muy poco tiempo a convertirse productos de primera necesidad.

En sus primeros años de ingreso en el mercado tanto sucrense como nacional, estos productos electrónicos no eran accesibles para todos, principalmente por los altos precios en los que estos se comercializaban.

La demanda de estos productos fue creciendo conforme la población le otorgaba mayor importancia y necesidad, frente a ese suceso la industria China surgió produciendo artículos de baja calidad con costos bajos e ingresando al mercado con precios inferiores aunque en sus inicios eran percibidos como productos nada recomendables terminaron acaparando el mercado.

De esta manera actualmente los productos electrónicos de origen chino, a través de la tecnología van modificando sus productos adaptándose a las necesidades de los consumidores. Siendo los más demandados en el mercado nacional.

Objetivo General

El presente estudio da lugar a formular un objetivo, esto para garantizar un norte estratégico a todo el estudio metodológico propuesto en posteriormente.

Analizar los factores que inciden en el comportamiento de los consumidores de productos electrónicos en el mercado de la ciudad de Sucre, para mejorar la toma de decisiones de las empresas.

Objetivos específicos

Es necesario plantear objetivos específicos, puesto que debemos desarrollar los mismos mientras se realiza el presente trabajo de investigación, es por tanto que se proponen los somos tales los siguientes:

- Identificar las preferencias sobre marcas e industria de productos electrónicos
- Analizar al micro y macro entorno de los productos electrónicos en inmediaciones del mercado campesino de la ciudad de Sucre.
- Analizar los estilos de vida de los consumidores de productos electrónicos en el mercado de la ciudad de Sucre.
- Analizar el grado de involucramiento de los compradores respecto a los productos electrónicos.
- Determinar los factores que influyen en el proceso de elección de compra.
- Elaborar lineamientos de acción para empresas del rubro de comercialización de productos electrónicos en base a los resultados obtenidos de la investigación.

Problema

Frente a un comportamiento demandante creciente de productos electrónicos a nivel mundial, se presentan una nueva gama de productos electrónicos para los compradores (consumidores) en el mercado de la ciudad de Sucre, los de origen chino, generando una variación frente a las preferencias, requerimientos, expectativas y distintas necesidades que los usuarios esperan de los productos electrónicos que están adquiriendo.

Por tanto, se presentan diferentes circunstancias que propician un cambio en el comportamiento actual del consumidor, respecto a años atrás, el consumidor actual si bien antes tenía bien definidos sus juicios y percepciones de las marcas e industrias preferidas que consideraba de calidad, actualmente intenta adecuarse a las nuevas ofertas de productos electrónicos de origen e industria China, reformulando sus preferencias y adquiriendo productos que en otros años hubiese rechazado.

Actualmente en la ciudad de Sucre, específicamente en el mercado campesino, se evidencia un creciente aumento de oferta de productos de origen chino en el rubro de la electrónica por lo tanto en relación a ese suceso ocurrido, la actual aceptación de estos productos electrónicos da a lugar un cambio en el comportamiento de compra de las personas, si bien estos productos son de precios inferiores, este no puede ser considerado como el único factor de su crecimiento en el mercado, diversos posibles factores pueden influir en este suceso, sería necesario analizar a:

Los vendedores de productos electrónicos, que consideran más conveniente y atractivo importar productos de origen chino, pues estos les proporciona mejores condiciones de venta, en cuanto al precio, ya que estos son muy bajos, esto condicionado a la calidad del producto, y vinculado al estilo de vida de sus consumidores al cual estos logran satisfacer, en muchos casos, el mercado local.

Las personas (compradores) que adquieren productos electrónicos en el mercado campesino de Sucre, poseen distintos patrones de comportamiento, en un inicio el adquirir un producto bueno, relativamente barato, pues es muy atrayente, y los avances tecnológicos y la revolución de las aplicaciones móviles la compra de los mismos se fue convirtiendo en un deseo.

Otro factor a considerar puede ser el gran crecimiento del mercado chino en el ámbito mundial de tal forma que lidera la lista de países, de cual Bolivia, importa gran parte de los productos que se comercializan en sus mercados.

Es por tanto que identificamos el problema principal de estudio como:

¿Qué factores influyen en la modificación del comportamiento del consumidor en relación a la adquisición de productos electrónicos en el mercado de la ciudad de Sucre?

Idea científica a defender

Al ser el trabajo de investigación de tipo **explicativa o causal**, se plantea la siguiente idea a defender:

La creciente necesidad de productos electrónicos de la población y el aumento de estos productos electrónicos de origen chino en la participación de mercado, influyen en los cambios en el comportamiento del consumidor del mercado de la ciudad de Sucre.

Diseño metodológico

Respecto al enfoque de la investigación que asumirá el estudio, *La meta de la investigación mixta no es reemplazar a*

la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (Sampieri, 2014), se considera al enfoque cuali-cuantitativo por ser más adecuado a la complejidad del objeto de estudio así como, por la validez y confiabilidad que otorgará a los resultados de la investigación.

Además del uso de un método estadístico, el cual será herramienta principal al momento de realizar el levantamiento de datos cuali-cuantitativos validos a través de técnica básica y muy provechosa, como es la encuesta resaltando que se realizó la misma a una muestra poblacional de 384 personas, mismas que componen el universo de familias de la ciudad de Sucre, datos que fueron recabados de la proyección poblacional realizada por el INE, a través del CENSO 2012; de igual forma recurriremos al método bibliográfico, a través del cual identificaremos en comportamiento habitual de los consumidores de productos electrónicos, esto para fijar un precedente al momento de realizar el estudio, además de alimentar el estudio con el conocimiento de autores reconocidos; de igual forma se recurrirá al método analítico, esto para analizar la esencia del comportamiento del consumidor respecto a los productos electrónicos, para lo cual se debe hacer un análisis minucioso de este comportamiento, estudiando de manera individual cada parte que compone este comportamiento, desde el proceso de búsqueda de información, búsqueda de opiniones, inclinaciones colectivas (preferencias de marca del círculo cercano), búsqueda de proveedor, comparación de productos.

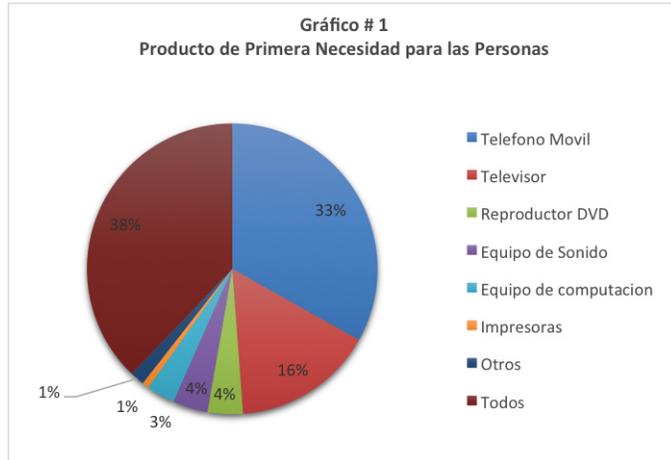
Resultados Y Discusión

En el transcurso de la presente investigación se pudo analizar el comportamiento de los consumidores del mercado campesino, mismo que pasamos a detallar a continuación, como un análisis real de las variables identificadas dentro del modelo de Howard-Sheth, modelo que nos fija distintos parámetros, mediante los cuales se pueden identificar las variables básicas, mismas que condicionan una modificación al comportamiento del consumidor orientado a la percepción de la marca, mismas que se reducen a tres: *la atención y la sensibilidad a la información*, se refiere a la apertura o cierre de los receptores sensoriales que controlan la información recibida; *la parcialidad en la percepción informativa o prejuicio perceptivo*, mide la distorsión de la información por el consumidor. La calidad de la información puede ser alterada por el consumidor para darle congruencia con su propio cuadro de referencia; *la búsqueda de información sobre la marca*, se puede dividir en búsqueda activa o en recepción pasiva de información. De puede suponer que la parcialidad perceptual es menos importante en el caso de búsqueda activa (John Howard & Jagdish Shet, 1969).

A continuación se inicia con la etapa de análisis en el comportamiento del consumidor de productos electrónicos, del mercado campesino de la ciudad de Sucre.

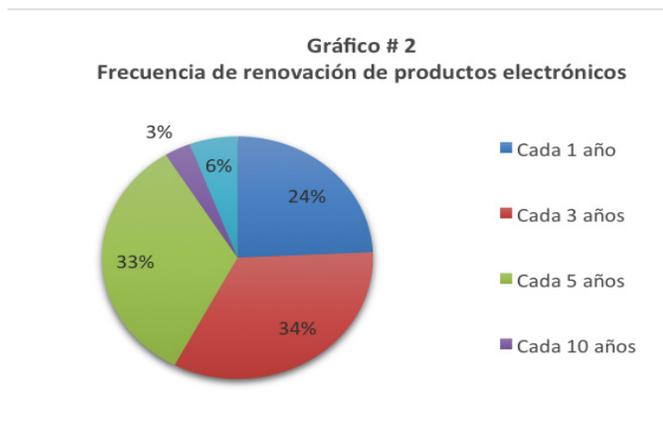
Los consumidores de productos electrónicos, mayormente no tienen identificado el tipo de equipo es el que necesitan

prioritariamente, pero cabe destacar que una parte significativa de la muestra, está convencida que la necesidad prioritaria que poseen es el de la comunicación, es por ello que se afirman la necesidad de adquisición de un teléfono móvil, independiente de las características del mismo, ya que se entiende que actualmente se hizo necesaria la interacción con la familia, el entorno filial, esto para promoverlos estados de ánimo dentro de la satisfacción de la necesidad de aceptación social que se encuentra en dentro de la naturaleza humana, como un componente básico y esencial dentro de la pirámide de necesidades de Maslow.



Fuente: Elaboración propia

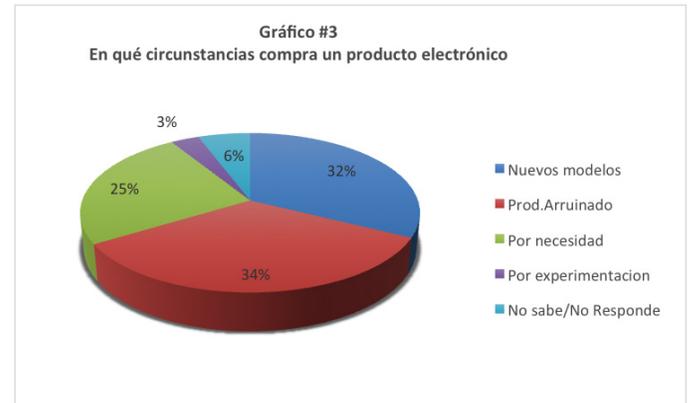
Haciendo un análisis sobre los productos electrónicos, independiente de su procedencia y marca, es necesario e importante estudiar la frecuencia de compra de los diferentes productos adquiridos, obviamente que no todos los productos poseen una vida similar, mucho depende del uso que se le dé, además de las características de cada uno de estos, pero se puede identificar la frecuencia de renovación de estos productos entre los 3 y 5 años.



Fuente: Elaboración propia

cabe aclarar que esto es solo un promedio y no así un regla general entre todos los productos electrónicos que se

encuentran en el mercado, además que las circunstancias de renovación, varían de acuerdo a las personas que lo adquieren, como se puede apreciar en el



Fuente: Elaboración propia

los consumidores expresaron diferentes motivos por los cuales renuevan su productos electrónicos, entre ellos el más importante es la descompostura de los mismos, dentro del periodo antes mencionado, dentro del tema de teléfonos móviles, smartphones, se hace presente la adquisición de nuevos modelos, es decir que renuevan los mismos, según se presentan nuevos modelos al mercado, esto para mantenerse dentro del círculo social al cual pertenecen, además de lograr una mayor consolidación, dentro del mismo círculo.

Se también determinar la marca preferida en cuanto a productos electrónicos de informática y comunicaciones, donde prevalece Samsung.



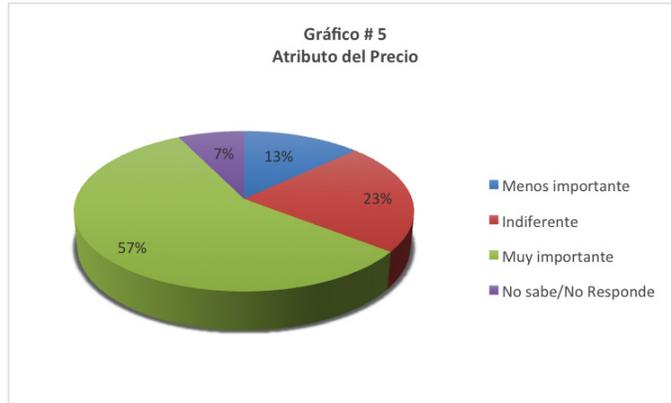
Fuente: Elaboración propia

como la marca más representativa en cuanto a equipos de comunicación, y más a un a equipos de comunicación móvil, tal es el caso de los smartphones. Es necesario destacar la presencia de las distintas marcas dentro de esta categoría, pero dando una mayor importancia y relevancia a la marca Samsung, puesto que por el momento se encuentra como líder dentro de esta categoría de productos electrónicos, en el mercado de la ciudad de Sucre.

A continuación se hará una relación entre los diferentes atributos que presentan los diferentes productos electrónicos en el mercado, para posteriormente realizar un

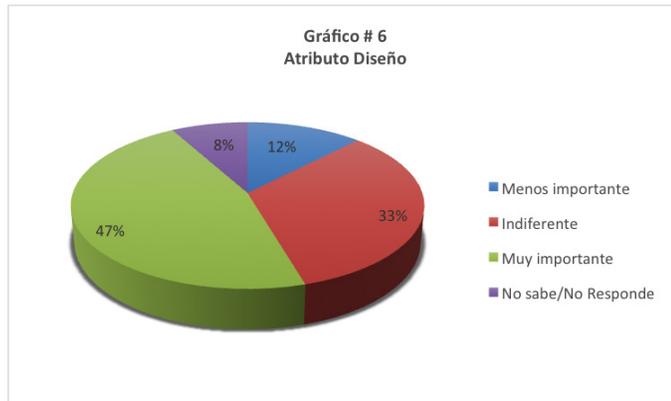
análisis sobre la importancia del atributo mejor reconocido por la muestra tomada en el presente estudio.

El precio, se convierte en uno de los aspectos más importantes al momento de adquirir cualquier tipo de productos



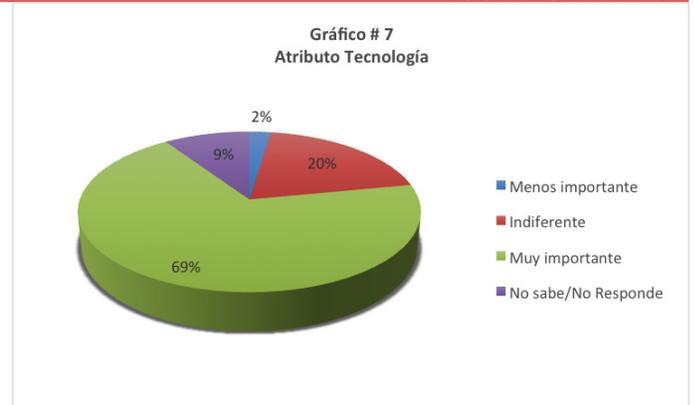
es entonces que surge el concepto de nivel involucramiento de los consumidores, puesto que si estos se sienten altamente involucrados con estos productos, no existirá ningún inconveniente al momento de adquirir los mencionados productos.

En cuanto al diseño, existen aún algunos consumidores dejan convencer, de una manera más fácil al momento de percibir el modelo del diseño del producto en sí



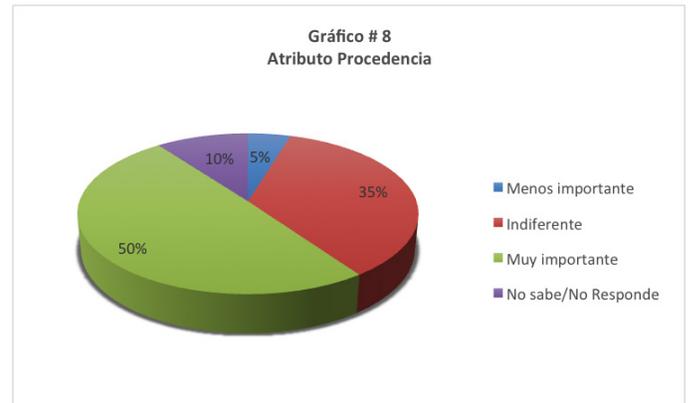
Fuente: Elaboración propia

Puesto que le atribuyen una mayor satisfacción al momento de adquirir el producto, muchas veces no reúne las características ofrecidas, o en su defecto no logra satisfacer las expectativas creadas al momento de la adquisición. Pasando a estudiar el comportamiento frente a los avances tecnológicos



Que los productos presentan o dicen poseer en su desarrollo, se puede apreciar que muchos de los consumidores están muy interesados, además le dan una mayor aceptación a los productos que promueven y prometen una mayor tecnología dentro cada uno de sus productos ofertados para el uso del consumidor.

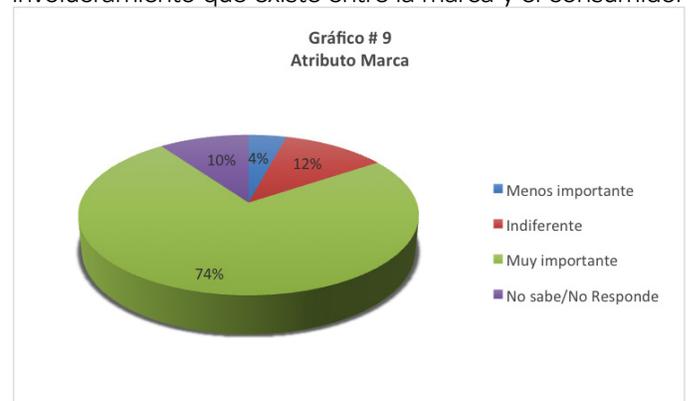
Muchos de los consumidores, expresan el interés por conocer la procedencia de los diferentes productos



Fuente: Elaboración propia

Puesto que muchas de las marcas presentan una procedencia distinta para cada una de sus líneas, puesto que pueden ser de manufactura, tailandesa, japonesa, mexicana, etc. Siendo esta una de las variable fundamentales al momento de tomar la decisión de compra de los diferentes productos electrónicos en el mercado de la ciudad de Sucre.

Confirmando lo antes propuesto se aprecia el involucramiento que existe entre la marca y el consumidor



Fuente: Elaboración propia

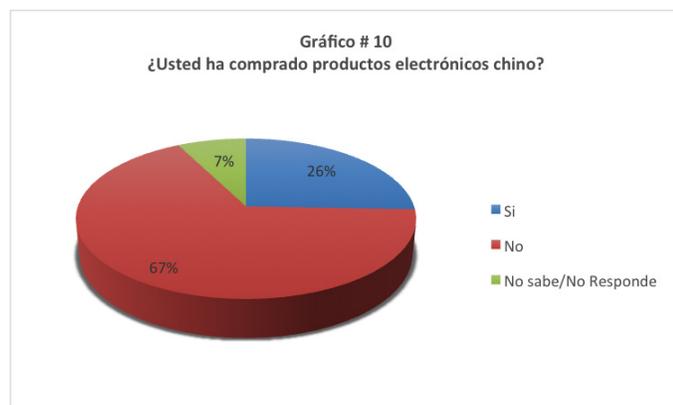
Donde se considera el atributo de mayor importancia para los diferentes consumidores la marca del producto del cual se tiene la intención de compra, siendo la marca un precedente al momento de analizar la posibilidad de adquisición del producto.

Posteriormente se hace un análisis del impacto en el comercio al introducirse en el mercado, de productos electrónicos de marcas de origen chino, ante la internación al país de este tipo de productos ya que según Ferrufino, en China se encuentran productos desde la más alta hasta la peor calidad, pero muchos importadores y comerciantes de Bolivia compran de cuarta categoría, lo que ha dado mala fama a la mercadería de ese país.

Es necesario recordar que actualmente gran parte de los productos son de origen chino, automóviles, maquinaria, equipos, ropa de marca Gap, H&M, Zara, American Eagle, por nombrar solo algunas de las marcas más importantes. En el mercado internacional.

De todo lo anterior mostrado se determina que Bolivia con el nivel y avance de la tecnología en desarrollo permanente y la necesidad de las personas por adquirir un producto electrónico sin importar el origen da lugar al establecimiento de una serie de comportamientos adoptados por las personas, esto claro esta debido a los constantes cambios en el entorno del consumidor y del mercado.

Al momento de ahondar el estudio sobre la adquisición de productos de marca de origen chino se pudo notar una notoria negativa al respecto, puesto que existe el de involucramiento relacionado a marcas reconocidas, Samsung, Sony, Daewoo, entre otras

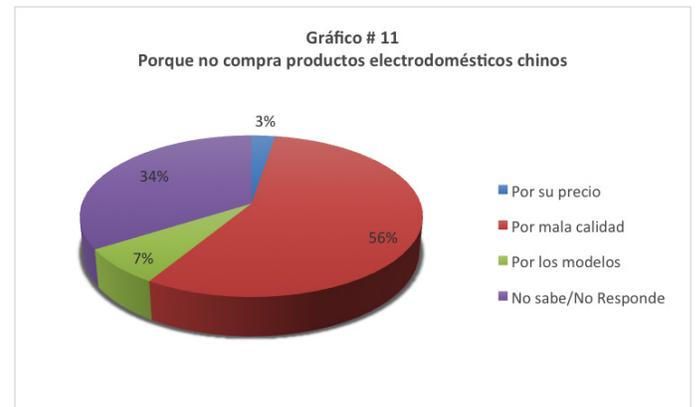


Fuente: Elaboración propia

es decir que existe una fidelidad a las marcas ya posicionadas en el mercado de la ciudad de Sucre, ocasionando un desinterés por la adquisición de productos electrónicos de marca de origen chino, siendo este uno de las barreras más importantes al momento de introducir nuevos productos

y marcas en el mercado en general. Haciendo, muy difícil la competencia con las marcas ya posicionadas dentro del mercado, y más aún lograr un posicionamiento positivo en la mente de los consumidores, esto por la mala reputación que precede a los productos de marcas de origen chino.

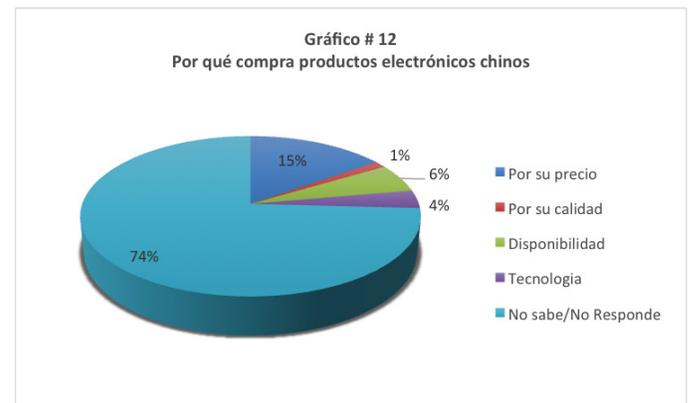
Corroborando el comportamiento antes mencionado se puede apreciar los motivos por los que no se adquieren los productos con marcas de origen chino, se demuestra en el



Fuente: Elaboración propia

la mala reputación que precede a los productos electrónicos, es más se podría decir a todos los productos de marcas de origen chino, dentro del mercado de la ciudad de Sucre

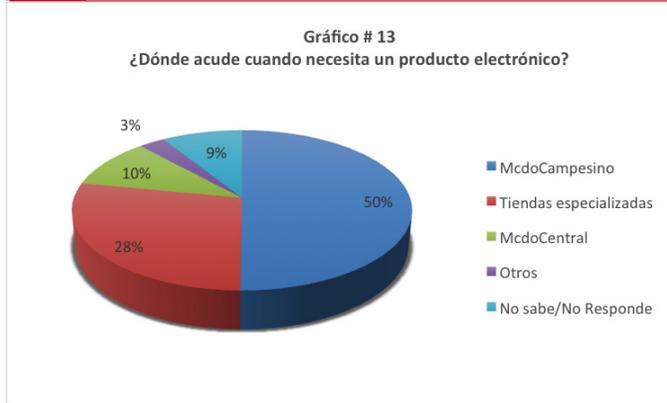
Dentro de la muestra que si adquiere los productos de marcas de origen chino, se puede apreciar que el mayor porcentaje lo hace por el precio que estos presentan en el mercado



Fuente: Elaboración propia

Sin importar los resultados o el grado de satisfacción que logren alcanzar con estos productos sustitutos. Aclarando que el gráfico no solo representa al segmento que adquiere los productos de marcas de origen chino, sino más bien a la muestra total, donde también se muestran los datos de la encuesta en general.

Por último se pretende indagar al centro o lugar específico donde se recurre al momento de adquirir productos electrónicos.



Fuente: Elaboración propia I

Independientemente si estos son de marcas reconocidas o de marcas de origen chino. Mientras que varios consumidores se apersonan a adquirir los mismos a tiendas especializadas en el rubro de productos electrónicos, pero aún prevalece la motivación de adquirir los mismos en el entorno del mercado campesino de la ciudad de Sucre, mismo que está repleto de tiendas que ofrecen productos electrónicos de distintas marcas, desde la más reconocidas, hasta las marcas de origen chino, esto hace pensar que el consumidor local aún no está involucrado en un 100% en cuanto a algunas marcas, o en su defecto aún no están relacionados con el desarrollo técnico de los productos.

Conclusiones

En el presente estudio Se pudo corroborar en su totalidad la dependencia del comportamiento en relación con la pirámide de Maslow, propuesta por Abraham Maslow en su trabajo de 1943. Una teoría sobre la motivación humana, posteriormente ampliada. Maslow formuló una jerarquía de las necesidades humanas y su teoría defiende que conforme se satisfacen las necesidades básicas, los seres humanos desarrollamos necesidades y deseos más elevados.

Puesto que se pudo evidenciar la búsqueda por satisfacer la necesidad de integración social propuesta por Maslow.

Este es un dato muy importante para las empresas al momento de promocionar y productos por parte de la empresas del rubro de comercialización de productos electrónicos en el mercado de la ciudad de Sucre, es por eso que se cree necesario no relegar a ningún consumidor sea este de preferencia de marcas reconocidas o marcas de origen chino.

Por ultimo cabe afirmar que la internación de productos electrónicos de marcas de origen chino, no afecta, en gran manera, en la demanda de productos electrónicos de marcas reconocidas en el mercados, por tanto el comportamiento del consumidor no se ve afectado de ninguna manera ante la presencia de los productos electrónicos de marcas origen chino, en el mercado de la ciudad de Sucre.

Propuesta

Se plantea un plan de acción, donde existen los lineamientos a seguir por parte de la empresas comercializadoras, esto

para garantizar una mayor presencia dentro del mercado, el mencionado plan se pone a consideración de las empresas, mismo se encuentra en la sección de anexos del presente estudio.

Referencias

Kotler, Philip; Armstrong. Gary. (2001) "Marketing en un mundo cambiante". México, Ed. Prentice Hall.

Solomon, Michael. (1997) "comportamiento del consumidor". México, ed. Prentice Hall hispanoamericana.

Universidad de Cantabria Dirección Comercial Tema 3 La Segmentación del Mercado y el Comportamiento del Consumidor

En sitio web: http://ocw.unican.es/ciencias-sociales-y-juridicas/direccion-comercial/Tema3_Segmentacion.pdf
Revisado: 28/07/17

Maslow, Abraham. (1943) A Theory of Human Motivation

Hernández Sampieri, Roberto., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernandez Collado y Pilar Baptista Lucio (6ª. Ed.--.). México D.F. McGraw-Hill.

Douglas Mc Gregor (1906 – 1964) Teoría X y teoría Y de Douglas McGregor, sus fundamentos

En sitio web: <https://www.gestiopolis.com/teoria-x-y-teoria-y-de-douglas-mcgregor-sus-fundamentos/> Revisado: 31/07/17

Teorías de la Administración Principales Aportaciones a la Psicología Abraham Maslow

En sitio web: <http://jokasico.blogspot.com/2013/03/abraham-maslow.html> Revisado: 31/07/17