



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del  
Comercio

Carrera de Comercio Exterior

**“COMPORTAMIENTOS DE CONSUMO EXTRANJERO QUE AFECTAN A LOS  
NEGOCIOS INTERNACIONALES ECUATORIANOS”**

Toapanta Chancusa, Alisson Ibeth  
Urdiales Suárez, Andrés Alejandro

Ing. Rengifo Tobar Diego Xavier, Mgt.



**¿El consumo extranjero y el comportamiento de los consumidores son factores importantes que influyen en las negociaciones internacionales ecuatorianas?**



# **CAPÍTULO I:**

# **COMPORTAMIENTO DE CONSUMO EXTRANJERO**

# PERFIL DEL CONSUMIDOR



Conjunto de características y valores definidos para describir a los consumidores.

Comprender al cliente

**Consumidor impulsivo**

**Consumidor tradicional**

**Consumidor emocional**

**Consumidor online**



# CONDUCTAS DEL CONSUMIDOR



Los procesos de conducta del consumidor son; elección, transacción económica, y el uso o el abandono.



## Factores principales:

Culturales

Sociales

Personales

Psicológicos

# TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR



Las tendencias de consumo son una predicción de algo que pasará en cierto momento, estas no son pasajeras.

## Cuidado del medio ambiente



## Comer sano

## Vivir más y mejor





# FACTORES DE COMPORTAMIENTO PARA EL CONSUMO

Factores culturales y subculturales



Factores sociales



Factores personales



Factores psicológicos



# MÉTODOS Y MODELOS PARA LA DEFINICIÓN DE PRIORIDADES DE CONSUMO

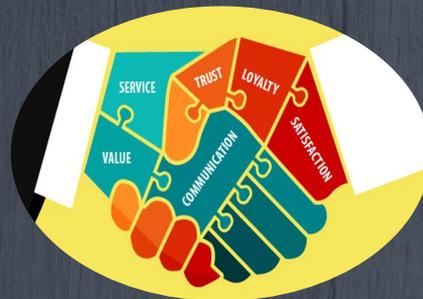
Método de Toma de decisiones del consumidor



Este método está compuesto por tres fases.

- Entrada
- Proceso
- Salida

Modelo de Nicosia



Establecer una relación entre la empresa y el consumidor, considerando el flujo de información entre los involucrados.

# MÉTODOS Y MODELOS PARA LA DEFINICIÓN DE PRIORIDADES DE CONSUMO

Modelo de Howard-Sheth



Explicar el comportamiento del consumidor, principalmente, en la comparación y elección entre distintos productos.

Modelo de Howard



Tiene tres posibilidades de decisión de compra:

- Adquisiciones de carácter rutinario
- Adquisiciones de nuevos productos
- Toma de decisiones



**CAPÍTULO II:**  
**NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**  
**ECUATORIANOS**

# ECUADOR EN EL MERCADO INTERNACIONAL POR CLASIFICACIONES DE CONSUMO



La demanda de exportaciones ha aumentado debido a las nuevas tendencias de consumo.



**Pitahaya**  
Exportaciones no tradicionales



**Hecho en Ecuador**

“

# CONDUCTAS DE CONSUMO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES EN REDES DE NEGOCIOS

El networking gestiona, crea, amplía y mantiene una red de contactos de manera online y offline.

- Networking Físico
- Networking Virtual



Oriflame



Yanbal



Herbalife

# MODELACIÓN DE CONDUCTAS DE CONSUMO EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES ECUATORIANOS



## 5 PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN NO PETROLERA



China



Estados Unidos



Unión Europea



Colombia



Rusia

## 5 PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN NO PETROLERA



Camarón

\$6.794 MM ▲ 42,9%



Banano

\$2.853 MM ▼ -7,2%



Enlatados Pescado

\$1.253 MM ▲ 9,2%



Concentrado de plomo y cobre

\$1.165 MM ▲ 38,9%



Flores Naturales

\$870 MM ▲ 3,1%

INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ECUATORIANAS

FACTORES INTERNOS

FACTORES EXTERNOS



**CONCLUSIONES**



El comportamiento de consumo es un conjunto de patrones de conducta.



Durante el desarrollo de este trabajo se identificaron diversos modelos de comportamiento del consumidor.



Existen factores internos y externos que están presentes en el proceso de internacionalización de las empresas.



El perfil del consumidor, conductas del consumidor y las tendencias son cruciales para los negocios.



Los consumidores tienden a seguir tendencias actuales.



El networking es una oportunidad para los negocios dado que representa el incremento de las redes de contactos.

**GRACIAS POR SU  
ATENCIÓN**