

RESUMEN

El estudio del Comportamiento de los consumidores de la Industria gráfica de la Parroquia Urbana la Kennedy, tiene por objetivo identificar las variables de influencia en la decisión de compra de productos y/o servicios pertenecientes a las empresas de la dicha Industria, el estudio se lo realiza por medio de una investigación exhaustiva a 366 personas que habitan en los diferentes barrios de la Kennedy. El estudio procedió a ser realizado en los diferentes barrios de la Parroquia a través de una encuesta con 18 preguntas, se logra identificar el perfil de consumidor, las necesidades, motivaciones y percepciones de los mismos hacia la Industria y los productos y servicios ofrecidos. Por consiguiente se puede determinar que el perfil de los consumidores es jóvenes y adultos de 16 a 45 años solteros y casados, que perciben ingresos menores a \$1500 dólares mensuales, adicional su percepción de precios del sector es considerado como competitivo y consumen en gran parte material impreso de uso comercial y personal para realizar trabajos de tipo laboral, educativo. Una pequeña parte de las personas dentro de la Investigación consumen de la Industria Servicios de Diseño gráfico, y los consumidores de este sector se deben a requerimientos para trabajos independientes, para crear gigantografías, vallas, roll ups no solo de uso laboral sino también para uso personal y grupal, adicional a esto se identifica una mínima cantidad de consumidores de servicios editoriales y publicación editorial en la Parroquia. La información completa se conocerá más a detalle en el desarrollo de la presente investigación.

PALABRAS CLAVE:

COMPORTAMIENTO DE COMPRA,

MOTIVACIONES,

PERCEPCIONES,

NECESIDADES,

VARIABLES DE INFLUENCIA.

SUMAMARY

The study of the consumers behavior in the Graphics Industry located in parsih La Kennedy, aims to identify influence variables of decision to purchase products and services from companies in the Industry. The study is performed in an exhaustive way to 366 people who live in different neighborhoods from parish La Kennedy. The study proceeded to be performed in different areas of the parish, through a survey that contains 18 questions, where will be possible identify the consumer profile, needs, motivations and perceptions they have from the industry and the products and services offered. Furthermore the profile analysis of consumers throw this result; the consumers age is between 16 and 45 years old, single and married people who earn less than \$ 1,500 monthly, additional, price perception in the parish is considered competitive, people also consume printed commercial and personal material, especially for work and educational tasks. The tax liability is an interesting topic, due to the effect electronic invoicing is presenting, however natural and not accounting people are still using printed materials to state their tax obligations, therefore the industry has not be affected by this technological advance yet.

A small part of people in the research consumes Graphic Design Services and most of them do it for independent work requirements, to create billboards, and roll ups, not only for business use but also for personal and group use, in addition to this, a tiny part of people in the research requires publishing services and editorial publications. Full details will be known in the investigation thesis below.

KEYWORDS:

PURCHASING BEHAVIOR,

MOTIVATIONS,

PERCEPTIONS,

NEEDS,

INFLUENCE VARIABLE