

Resumen

El presente proyecto tiene como propósito dar a conocer aquellos comportamientos de consumo extranjero que actúan como factores importantes en la influencia de las negociaciones internacionales ecuatorianas. Es importante destacar que este es un trabajo de tipo cualitativo de los diferentes comportamientos del cliente a la hora adquirir un producto o servicio. Es así que se incluye información sobre los perfiles del consumidor, las conductas del consumidor y las tendencias actuales que los consumidores toman en cuenta hoy en día, además de presentar aquellos factores que afectan las decisiones de consumo, y, modelos y métodos que ayudan a comprender el proceso de decisión de compra.

Además, se presenta información sobre cómo el comercio internacional es importante para el desarrollo del país y como este ha contribuido a los consumidores extranjeros pues actualmente prefieren productos y servicios que se acoplen a las nuevas tendencias de vida que entre estas nuevas tendencias se encuentra el alimentarse más saludablemente y cuidar del planeta. Por otro lado, el networking es de vital importancia para los negocios ya que mediante una red de contactos se puede expandir y afianzar vínculos perdurables y seguros, además que las redes de contacto destacan el trabajo en grupo con liderazgo más no el individualismo. Por último, se menciona la importancia de las ventajas y atributos que tiene el país para poder desarrollar un acceso a mercados internacionales que tengan como resultado una apertura comercial y una mejora en la economía nacional.

Palabras clave: comportamiento, consumidores, factores, tendencia, comercio internacional, negocios, productos.

Abstract

The purpose of the present project is to show those foreign consumption behaviors that act as important factors in the influence of Ecuadorian international negotiations. It is important to highlight that this is a qualitative work on the different customer behaviors when acquiring a product or service. Thus, it includes information on consumer profiles, consumer behaviors and current trends that consumers take into account today, in addition to presenting those factors that affect consumer decisions, and models and methods that help to understand the purchasing decision process.

In addition, information is presented on how international trade is important for the country's development and how it has contributed to foreign consumers who now prefer products and services that are in line with new life trends, including eating healthier and taking care of the planet. On the other hand, networking is of vital importance for business, since through a network of contacts it is possible to expand and strengthen lasting and secure ties, in addition to the fact that contact networks emphasize group work with leadership rather than individualism. Finally, the importance of the advantages and attributes that the country has to be able to develop access to international markets that result in a commercial opening and an improvement in the national economy is mentioned.

Keywords: behavior, consumers, factors, trend, international trade, business, products.