Factores

Recreativos:

El éxito de la productividad laboral depende de las actividades recreativas como una implementación en el crecimiento empresarial. Además la recreación es una necesidad indispensable para poder convivir socialmente. El desarrollo y aplicación como metodología o como complemento en la realización de cada tipo de actividad humana, permite constituir cada uno de ellos en un sector donde se admite el desarrollo de actividades dirigidas al esparcimiento y al ejercicio de disciplinas lúdicas, artísticas o deportivas, que tienen como fin la salud física y mental.

Educación

En educación, es una condición o hecho recurrente en la producción de un resultado. Ocurren en el desarrollo de quien se educa. Son las circunstancias geográficas, ambientales y sociales en que acontece el hecho educativo. Es el resultado o consecuencia de una motivación bien hecha. El interés es activo, objetivo y personal. Este va relacionado con la motivación y el interés. El esfuerzo es la acción persistente y continuada para vencer obstáculos y dificultades. Para así alzar las metas y objetivos propuestos. Una vez conseguido esto se hace más fácil la obtención o la habilidad al trabajo lo cual se verá reflejado en su paga y posibles asensos laborales. Dentro de estos factores se encuentran el lenguaje, la religión, los próceres y personas ilustres, la cultura y la civilización, las costumbres, el derecho y la profesión.

Culturales:

Es el determinante fundamental de los deseos y conducta de una persona. El niño que crece dentro de una sociedad aprende un conjunto de valores fundamentales, percepciones, preferencias y conductas, a través de un proceso de socialización que involucra a la familia y a otras instituciones clave. Grupos de referencia: Son todos aquellos que tienen influencia directa o indirecta en las actitudes y en la conducta de la persona. Los grupos que someten a una influencia directa se denominan grupos de membresía, y son aquellos a los que pertenece la persona y con los que tiene interacción.

Información que originan los grupos:

Algunos de ellos son grupos primarios, con los que la interacción es definitivamente continua como son la familia, los amigos, los vecinos y los compañeros de trabajo; estos grupos tienden a ser informales. Una persona pertenece también a grupos secundarios, como grupos religiosos, profesionales y sindicales, los cuales tienden a ser más formales y cuya interacción continua es menor. La familia: Constituyen los grupos de referencia primarios que más influyen en la conducta del consumidor. Una influencia más directa en la conducta diaria de compra es la familia de procreación, esto es, el cónyuge e hijos. La familia es la organización consumidor - compra más importante de la sociedad. La gente adquiere sus creencias y actitudes a través del aprendizaje y éstas, a su vez, influyen en su conducta de compra. Una creencia es el pensamiento descriptivo que una persona tiene acerca de algo. Estas creencias pueden basarse en conocimiento, opinión o fe y pueden o no tener una carga emocional

