



Nombre del alumno: Julia Rodriguez Bustos

Nombre del profesor:

Aldo Irecta Nájera

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Comportamiento del Consumidor

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

CARACTERÍSTICAS Y TIPOS DE CONSUMIDOR

El consumidor

- **Que es** { Es aquel que utiliza las mercancías o artículos que compra ya sean bienes o servicios producidos.
- **Comportamiento** { Proceso de compra en el que los consumidores finales adquieren un producto o servicio. Este proceso inicia cuando se reconoce la necesidad, después se identifican y evalúan alternativas, se realiza la compra, se usa y concluye con la experiencia post compra.
- **Características** { Es tarea de la empresa productora conocer las características del consumidor, las cuales no son otra cosa que sus condiciones geográficas y/o demográficas.
 - Lugar y condiciones de vida.
 - Género y edad.
 - Nivel académico.
 - Nivel de ingresos.
 - Gastos mensuales.
 - Número de integrantes en su grupo familiar.
 { Una vez conocidos todos estos datos deben unirse a fin de desarrollar un satisfactor que tenga las características requeridas.

- **Proceder del consumidor** { Así como las características del consumidor, para el fabricante también es imprescindible conocer el proceder del consumidor, pues en ocasiones adquiere artículos con base en una demanda primaria y en otras según la demanda se-lectiva.
 - { Hay seis premisas relacionadas con el proceder del consumidor.
 - 1.- **¿Cuál es la información que necesita?** Para brindar al consumidor la información que necesita para conocer el pro- ducto, el fabricante se apoya en la publicidad, mediante la cual le transmite los beneficios que se le ofrecen.
 - 2.- **¿Cómo afronta el problema de comprar?** Esta variable se relaciona de manera estrecha con el sentido de razonamiento del consumidor ya que, al adquirir un producto, siempre está atento a su estado en el anaquel.
 - 3.- **¿Qué lo motiva realmente a comprar?** El consumidor adquiere el producto con base en el posicionamiento del mismo, su calidad, el grado de utilidad que ofrece, los beneficios de lugar y tiempo, además de un precio competitivo. La mercadotecnia es la satisfacción del consumidor en el momento preciso, en el lugar adecuado y a un precio justo.
 - 4.- **¿Qué producto está comprando?** Es importante conocer los productos que el consumidor compra a fin de producir uno con características similares, de mejor calidad y con un precio competitivo.
 - 5.- **¿Por qué elige cierta marca?** En general, el consumidor adquiere cierta marca por la imagen que ésta proyecta en el mercado y el posicionamiento que ha logrado en la mente de los clientes potenciales.
 - 6.- **¿Por qué cambia?** Las causas del cambio de preferencias en el consumidor quizá se deban a que salió al mercado un nuevo producto o porque el satisfactor que por lo regular compra.
 - Ha disminuido su calidad.
 - Ha aumentado su precio.
 - Llega tarde al centro de consumo.
 - Está físicamente maltratado.
 - Su fecha de caducidad ha vencido.
 - En el anaquel, la acomodan junto al líder.

- Por la forma de adquirir el satisfactor { En esta clasificación sólo hay tres tipos de consumidores.
 - { **Consumidor por necesidad:** compra para satisfacer una necesidad y no tiene lugar fijo de compra.
 - { **Consumidor ocasional:** el que compra para satisfacer sus necesidades pero no de manera inmediata.
 - { **Consumidor habitual:** el que compra en el mismo lugar el mismo satisfactor, todos los días.
- Por su preferencia { Agrupa dos tipos de consumidores.
 - { **Por la presentación:** lo elige debido a su limpieza o cantidad.
 - { **Por el tipo de producto:** su tamaño o su forma de pago (al contado o crédito).

- Por sus factores de compra { Esta categoría incluye cinco tipos de consumidor y se relaciona con aquello que se debe comprar.
 - { 1) **¿Dónde se toma la decisión de compra?**
 - { 2) **¿Quién la decide?**
 - { 3) **¿Dónde se realiza la compra?**
 - { 4) **¿Quién compra?**
 - { 5) **¿Quién usa el producto?**

- **Tipos de consumidor**
 - Por sus impulsos de compra { Esta clasificación se relaciona con la comodidad de la compra y su uso.
 - { **Deseo de conformidad** (todo a la mano). Ejemplo (control de la televisión).
 - { **Importancia del tiempo** (no hay tiempo para comprar).
 - { **Aumento de tiempo de descanso** (se da preferencia a los artículos deportivos).
 - { **Deseos de comodidad:** el consumidor quiere todo a la mano.

- Por sus patrones de compra { Es una forma sencilla de conocer los procedimientos que efectúa el consumidor al adquirir sus satisfactores; tales procedimientos son indispensables para el fabricante, quien debe encargarse de que el producto esté en el sitio adecuado a la hora precisa.
 - { Son seis aspectos que reflejan la manera en que se aborda el proceso de compra.
 - 1.- **¿Quién?** El fabricante debe saber quién compra, quién acude al establecimiento, y quién usa el producto o si es un consumidor comprador.
 - 2.- **¿Dónde?** Es importante para el fabricante saber cuál es el sitio al que el consumidor acude a hacer sus compras.
 - 3.- **¿Cómo?** Conocer la modalidad acostumbrada por el consumidor (crédito, contado, solo, en familia, así como la cantidad de producto que adquiere).
 - 4.- **¿Cuándo?** Los días y horarios en los cuales el consumidor acude al establecimiento para la adquisición de su satisfactor.
 - 5.- **¿Por qué?** Los motivos por los cuales prefiere un establecimiento.
 - 6.- **¿Para qué?** Es preciso determinar si acude al establecimiento a comprar, a comparar productos y precios o por otras razones.