



Mi Universidad

Super Nota

Nombre del Alumno **Jorge Arturo Estrada Borraz**

Nombre del tema **Fundamentos elementales**

Parcial **1**

Nombre de la Materia **Comportamiento del consumidor**

Nombre del profesor **JULIBETH MARTINEZ GUILLEN**

Nombre de la Licenciatura **Administración y estrategia de negocios**

Cuatrimestre **5**

**Bibliografía: Antología del Comportamiento del
consumidor**

El consumidor.

Forma en que compran los consumidores finales- individuos y hogares que adquieren bienes y servicios para consumo personal

utiliza las mercancías o artículos que compra ya sean bienes o servicios producidos



Las etapas en el proceso de decisión de compra son el reconocimiento de la necesidad, la identificación de alternativas, la evaluación de alternativas, las decisiones de compra y otras afines, y el comportamiento pos compra.



es imprescindible ofrecer al consumidor buena calidad, buen precio y, sobre todo, buen servicio, para lograr que regrese y compre de nuevo.

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.



Tipos de consumidor

Por la forma de adquirir el satisfactor

1) Consumidor por necesidad: compra para satisfacer una necesidad y no tiene lugar fijo de compra.



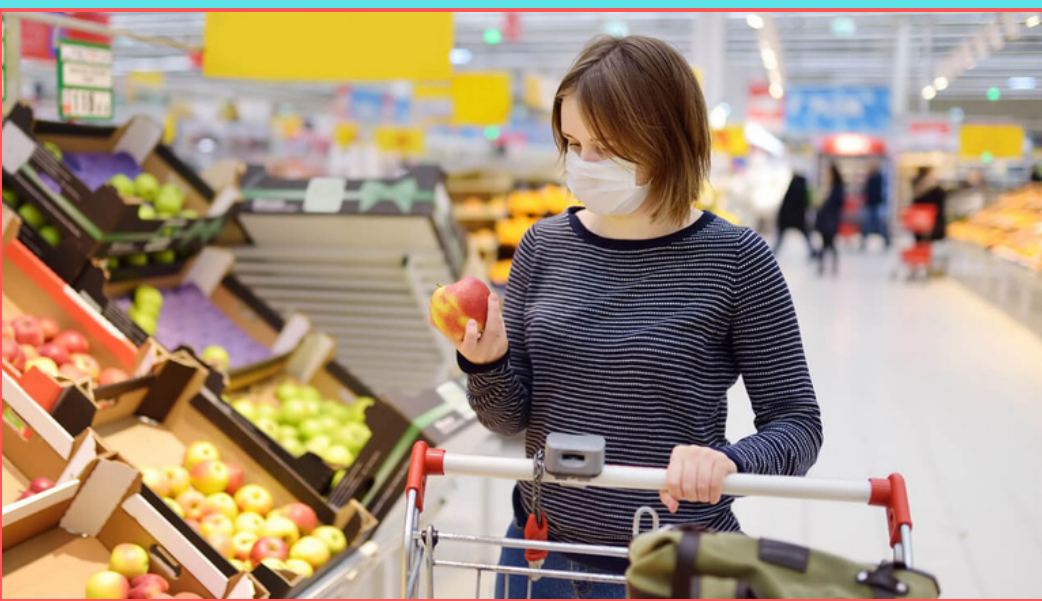
2) Consumidor ocasional: el que compra para satisfacer sus necesidades pero no de manera inmediata.

3) Consumidor habitual: el que compra en el mismo lugar el mismo satisfactor, todos los días.

Por su preferencia

1) Por la presentación: lo elige debido a su limpieza o cantidad.

2) Por el tipo de producto: su tamaño o su forma de pago (al contado o crédito).



Por sus factores de compra

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?

Por sus impulsos de compra

**1) Deseo de conformidad (todo a la mano).
Ejemplo (control de la televisión).**

2) Importancia del tiempo (no hay tiempo para comprar).

3) Aumento de tiempo de descanso (se da preferencia a los artículos deportivos).

4) Deseos de comodidad: el consumidor quiere todo a la mano.

Por sus patrones de compra

Son seis aspectos que reflejan la manera en que se aborda el proceso 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.