



**Nombre del alumno:** Amayrani Lisbeth López Ancheita.

**Nombre del profesor:** Yesica Dariana Sánchez Sánchez.

**Nombre del trabajo:** Super Nota.

**Materia:** Comportamiento del consumidor.

**Grado:** 5º cuatrimestre.

**Grupo:** Administración de Empresas.

Ocosingo, Chiapas a 13 de marzo de 2023.

# EL CONSUMIDOR

## OPTIMISTA



busca un equilibrio entre el precio y la calidad.

## ACTIVISTA



Es aquel que busca un bien o servicio que no solo cubra una necesidad.

## ESCÉPTICO



No es fácil de convencer. No le suele agradar ir de compras y lo hace más por necesidad.

## TIPOS DE CONSUMIDOR

## RACIONAL



Hace un ejercicio reflexivo antes de la compra.

## EMOCIONAL O IMPULSIVO



Se deja llevar por el momento. Busca una satisfacción instantánea.

## CONSERVADOR



Prioriza el precio en búsqueda del ahorro. No es fácilmente influenciable.

## Factores que influyen en el estilo de vida del consumidor

### Cultura

- Conocimientos
- Creencias
- Valores
- Arte
- Moral
- Leyes
- Costumbres
- Hábitos

### Valores

Motivan a las personas a actuar de cierta manera porque forman parte de su sistema de creencias y conductas

### Aspectos Demográficos

Influyen en el estilo de vida, particularmente en lo relacionado a ingreso, edad, etc.

## EXTERNOS

## INTERNOS

### Percepción

El estímulo aparece dentro del campo de uno de nuestros receptores sensoriales y este estímulo genera una acción.

### Aprendizaje

Adquirimos la mayoría de nuestras actitudes, valores, costumbres, gustos, conductas, sentimientos, preferencias, deseos y significados.

### Motivación

Es un comportamiento o actitud del consumidor para conseguir ya sea un bien o un servicio.

# APRENDIZAJE DEL CONSUMIDOR

Repetir los mensajes publicitarios acerca de las marcas y sus beneficios, recompensar a las personas por su comportamiento de compra vendiendo productos que suministren beneficios superiores, lograr que los consumidores asocien ofrecimientos diferentes con la misma marca y desarrollar lealtad hacia la marca son todos ellos elementos del aprendizaje del consumidor.

# CONCLUSIÓN

Existen factores externos e internos que afectan nuestra conducta y comportamiento ante las decisiones de compra a las que nos enfrentamos a diario, dependiendo de la importancia de dicha adquisición seguimos etapas que nos llevan a esa determinación final o por el contrario si no es tan relevante la compra utilizamos atajos para ahorrar tiempo y energía en el proceso.

Los consumidores siempre afrontamos indecisiones cuando no se puede adivinar las consecuencias en las decisiones de las compras, no siempre somos racionales en el proceso de decisión de compra.

De acuerdo con la información que se posea de un producto o servicio, más acertada será la decisión de compra del consumidor. Cuanto más datos relevantes se conozcan de los mismos (no solo de precio y marca) se tendrá un criterio mas amplio y se reducen las alternativas de compra. Esto también depende del tipo de consumidor y de la categoría del producto o servicio a escoger.