CONSUMIDOR

- Es una persona u organización qu econsume bienes o servicios que los productores ponen a su disposición
- COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
  - Actos procesos y relaciones sociales sosteniddas por individuos, grupos y organizaciones para la obtención , uso y experiencia consecuente con productos

MOTIVACIÓN

Compramos para satisfacer necesidades de distinta indole y porque tenemos un motivo

POR EJEMPLO

-Obtención de Beneficios
-Utilidad
-Orgullo
-Emulación
-Miedo
-Amor

PERCEPCIÓN

Proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta loa actos sensoriales de forma individual

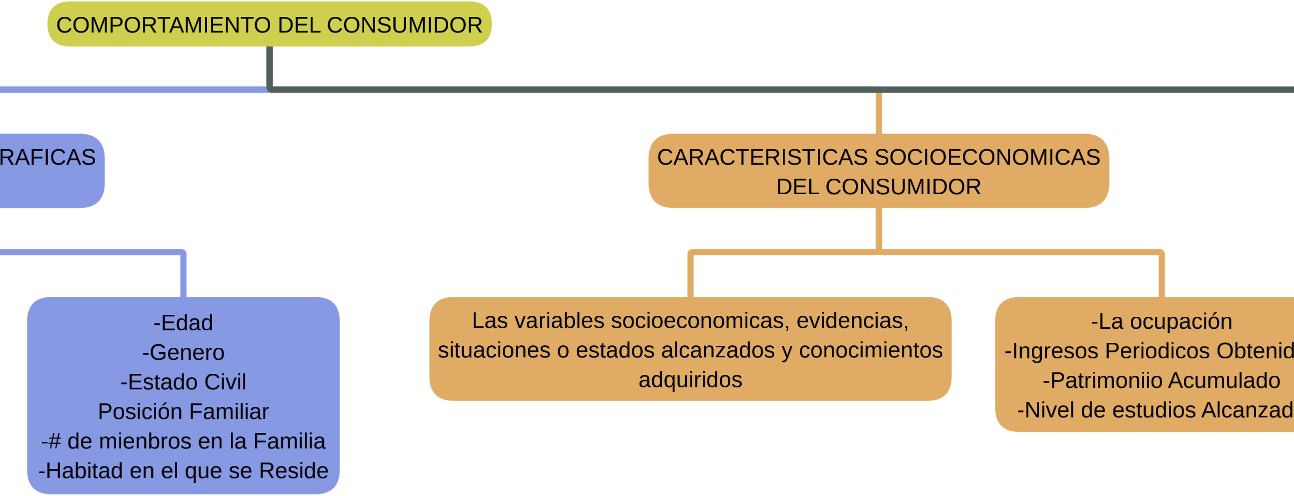
DEL CONSUMIDOR

ACTITUDES

Nos situamos a favor o en contra de algo, y una dimensión temporal ya que aunque puedan cambiar, muestran una cierta estabilidad

CARACTERISTICAS DEMOG
DEL CONSUMIDOR

Hacen referencia a los atributos biologicos del individuo, o su situación familiar y a su localización demografica



COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

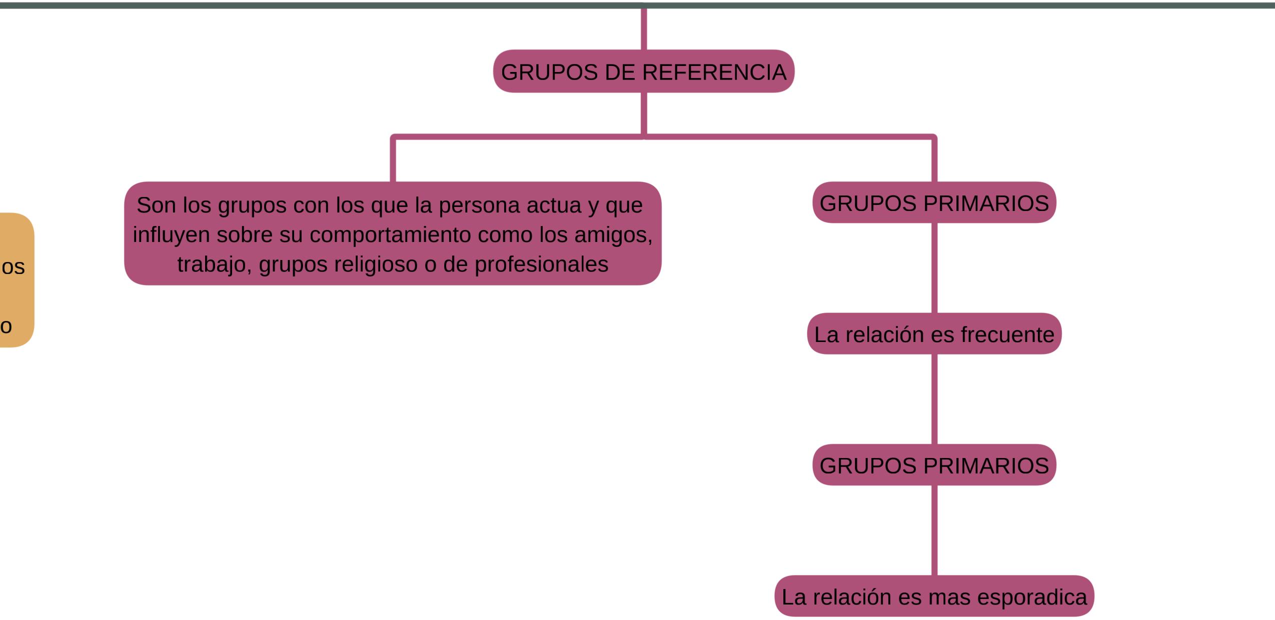
RAFICAS

-Edad
-Genero
-Estado Civil
Posición Familiar
-# de mienbros en la Familia
-Habitad en el que se Reside

CARACTERISTICAS SOCIOECONOMICAS DEL CONSUMIDOR

Las variables socioeconomicas, evidencias, situaciones o estados alcanzados y conocimientos adquiridos

-La ocupación
-Ingresos Periodicos Obtenid
-Patrimoniio Acumulado
-Nivel de estudios Alcanzad



os

o

GRUPOS DE REFERENCIA

Son los grupos con los que la persona actua y que influyen sobre su comportamiento como los amigos, trabajo, grupos religioso o de profesionales

GRUPOS PRIMARIOS

La relación es frecuente

GRUPOS PRIMARIOS

La relación es mas esporadica

INFLUENCIAS EN LOS GGRUPOS SOCIALES

- INFORMATIVOS
  - Las referencias de amigos y los comportamientos de consumo visibles, constituyen comunicaciones que informan al consumidor
- COMPARATIVAS
  - Proporcionan al individuo los criterios para la evaluación de la propia imagen

NORMATIVAS

Instan al cumplimiento de las normas del grupo comompor ejemplo, las fiestas sociales, regalos felicitaciones