



**Súper nota.**

*Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo.*

*Nombre del tema: Tipos de consumidor.*

*Parcial: 1ª unidad.*

*Nombre de la Materia: Comportamiento del consumidor.*

*Nombre del profesor: Luis Eduardo López.*

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

*Cuatrimestre: 5to*

# EL CONSUMIDOR. "TIPOS DE CONSUMIDOR."

## CONSUMIDOR OPTIMISTA.

Es el que busca un equilibrio entre el precio y la calidad. Tiene confianza en sí mismo y está seguro de lo que busca.



## CONSUMIDOR ACTIVISTA.

El consumidor activista es aquel que busca un bien o servicio que no solo cubra una necesidad, sino que lo haga en función de determinados valores, como la protección del medioambiente.



## CONSUMIDOR EMOCIONAL O IMPULSIVO.

Un consumidor emocional o impulsivo es aquel que se deja llevar por el momento. Busca una satisfacción instantánea, prefiriendo el gasto al ahorro.



## CONSUMIDOR CONSERVADOR.

Un consumidor conservador es aquel que prioriza el precio en búsqueda del ahorro. No es fácilmente influenciado. Se muestra satisfecho con los bienes que ya posee.



## CONSUMIDOR RACIONAL.

Él hace un ejercicio reflexivo antes de la compra. Si realmente necesita el producto, y si este presenta un equilibrio calidad-precio, entre otros factores, este lo comprará.



## CONSUMIDOR ESCÉPTICO.

El consumidor escéptico es aquel que no es fácil de convencer. No le suele agradar ir de compras y lo hace más por necesidad.

## BIBLIOGRAFÍA.

Antología UDS.

- Schiffman G. L., Comportamiento del consumidor, México, Pearson Educación, 2005.
- Olson C. J., Comportamiento del consumidor y Estrategia de marketing, México, Mc. Graw Hill, 2006.
- Cohen M., El comportamiento del consumidor (Quiénes son, por qué compran y cómo se puede anticipar cada uno de sus movimientos), México, Mc. Graw Hill, 2006.
- Stanton W., Fundamentos de marketing, México, Mc. Graw Hill, 2008.
- Barquero J. D., Marketing de clientes, Mc. Graw Hill, 2007.
- Fischer L., Mercadotecnia, México, Mc. Graw Hill, 2003.
- Arellano R., Comportamiento del consumidor, Enfoque a América Latina, México, Mc. Graw Hill, 2001