



## PRESENTACIÓN

Nombre del alumno: Carolina Hernández Jiménez

Materia: Comportamiento del consumidor

Tema: I. Consumidor , II. Segmentación del consumidor.

Actividad: Realizar una super nota

Nombre del profesor: Lucero del Carmen García Hernández.

5° cuatrimestre

# EL CONSUMIDOR

## El consumidor

Es aquella persona que consume o utiliza un bien/producto o servicio para satisfacer una necesidad.

El comportamiento del consumidor es aquella parte del comportamiento de las personas y las decisiones que ello implica cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades.



## Características del consumidor

- Esta conectado, el consumidor actual maneja la Internet como el lugar favorito de búsqueda de productos y servicios, a punto tal que de 63% de mujeres y 77% de hombres adultos no pasan más de una hora sin conectarse a sus teléfonos.
- La opinión es importante: Los consumidores actuales comparten todo, experiencias, sus opiniones, y les gusta sentirse tomados en cuenta.
- Se (des) fidelizan rápido, los consumidores actuales son rápido en su elección de consumo.
- Demanda inmediata, todo debe ser rápido y al instante.
- Persiguen la autenticidad, demandan experiencias originales y busca sentirse a salvo de la publicidad engañosa.



## Características del comportamiento del consumidor

- Búsqueda de información
- Lealtad a las marcas
- Elasticidad del precio de la demanda



## Tipos de consumidor

- Consumidor optimista, aquel que busca un equilibrio entre precio y calidad
- Consumidor activista, busca que su compra haga en función de determinados valores, como protección del medio ambiente.
- Consumidor emocional o impulsivo, aquel que se deja llevar por el momento.
- Consumidor conservador, aquel que prioriza el precio ejercicio búsqueda del ahorro.
- Consumidor racional, hace un ejercicio reflexivo antes de comprar.
- Consumidor escéptico, aquel que no es fácil de convencer.



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

- Factores externos
  - cultura
  - valores
  - aspectos demográficos
- Factores internos
  - Percepción
  - Aprendizaje
  - Motivación



## Proceso de compra

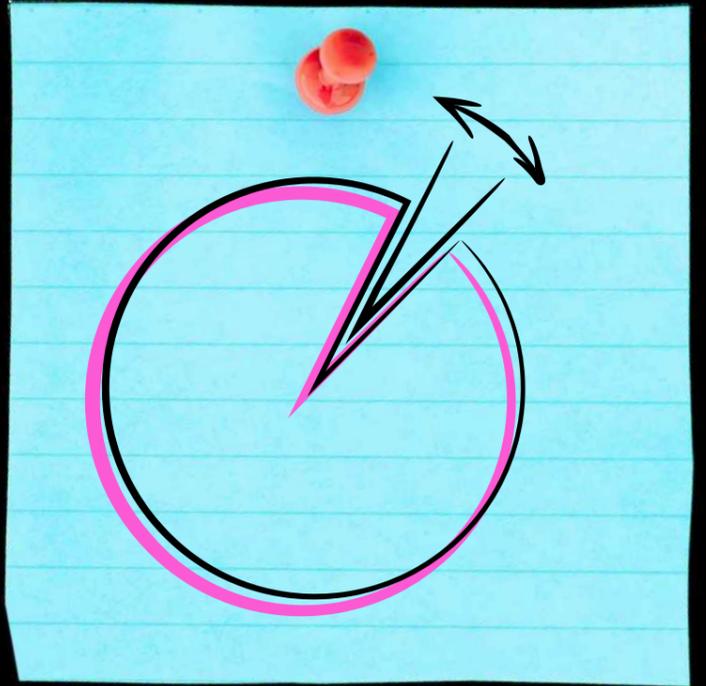
- Necesidad sentida
- Actividad previa a la compra
- Decisión de compra
- Sentimientos posteriores a la compra



# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

## Definición

Proceso por el cual se divide el mercado en varios segmentos de acuerdo con las necesidades de los consumidores.



## Bases para la segmentación

- Datos demográficos
- Datos geográficos
- psicograficos
- comportamiento

