



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Jenny Denis González Pérez.

Nombre del tema: 1.1 El Consumidor y 1.2 Características del Consumidor.

Parcial: I

Nombre de la Materia: Comportamiento del Consumidor.

Nombre del profesor: Alejandro Aguilar Morales.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios.

Cuatrimestre: 5to Cuatrimestre

EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

CONSUMIDOR

Las organizaciones más exitosas del mundo han alcanzado un nivel de satisfacción de los consumidores, transformando la organización entera para servirles y permanecer cerca de ellos.

Estas empresas han generado un enfoque para el consumidor, en donde han determinado en primer lugar qué quieren para poder diseñar, producir y comercializar productos o servicios con la más alta calidad y a precios razonables.

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

Se deriva de la noción de marketing, la cual empezó a ser reconocida a finales de la década de 1950.

Se analiza el modo en que los consumidores buscan, compran, utilizan, desecan y evalúan sus productos y servicios de uso cotidiano o eventual.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

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

J. PAUL PETER

El comportamiento del consumidor abarca los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas, así como las acciones que emprenden, en los procesos de consumo.

El objetivo de toda evaluación de comportamiento del consumidor es establecer cómo prefiere éste invertir su dinero, tiempo y esfuerzo, y movilizar el aparato productivo para brindarle una experiencia de consumo más acorde y satisfactoria

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

La revolución tecnológica los cambió tanto como al mercado en el que se desenvuelven. Así a grandes rasgos podemos decir que responden a las siguientes características, las cuales son fundamentales:

ESTA CONECTADO

El consumidor actual maneja la internet como el lugar favorito de búsqueda de productos y servicios, a punto tal de que 63% de mujeres y 77% de hombres adultos no pasan más de una hora sin conectarse con sus teléfonos celulares

LA OPINION ES IMPORTANTE

Los consumidores actuales comparten todo: sus experiencias, sus opiniones, y les gusta sentirse tomados en cuenta. Las redes sociales y la cultura 2.0 permitieron que la brecha entre empresa y cliente se hiciera más corta, y los consumidores de hoy no están dispuestos a renunciar a ello.

SE (DES)FIDELIZAN RAPIDO

Los consumidores actuales son rápidos en su elección de consumo, se identifican rápido con las marcas que se manejen en su lenguaje y que sepan tomarlo en cuenta, pero con la misma velocidad pueden renunciar a ella y cambiar a otra si ésta deja de satisfacer sus expectativas.

DEMANDA INMEDIATEZ

: Los largos tiempos de espera y los canales lentos de comunicación no tienen lugar en el imaginario del consumidor contemporáneo. Todo debe ser rápido y al instante.

PERSIGUE LA AUTENTICIDAD

Más que productos y bienes, demanda experiencias originales y busca sentirse a salvo de la publicidad engañosa. Exige lealtad a sus empresas y a cambio ofrece ser un cliente exclusivo.

Fuente bibliográfica: UDS ANTOLOGIA 2025 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.