



Nombre del Alumno:

Citlally Alejandra Morales Rubio.

Nombre del Tema: CUADRO SINÓPTICO

Parcial: Unidad 1

Nombre de la Materia:

Compoetamiento Del Consumidor.

Nombre del profesor:

Lic. Alejandro Aguilar Morales.

Nombre de la Licenciatura: Administraciòn y Estrategias de Negocios. (LAN)

Cuatrimestre: 5to.

1.1 EL CONSUMIDOR

Consumidor

Consumidor:

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

Un **consumidor** es un actor económico que intercambia su dinero por los bienes y servicios que le brinda un productor o proveedor, para así satisfacer sus necesidades y deseos.

Comportamiento del Consumidor

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.

Concepto

El concepto de comportamiento del consumidor se deriva de la noción de marketing, la cual empezó a ser reconocida a finales de la década de 1950.

Un **consumidor** es un actor económico que intercambia su dinero por los bienes y servicios que le brinda un productor o proveedor, para así satisfacer sus necesidades y deseos.

1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

1. Está conectado

El consumidor actual maneja el internet como el lugar favorito de búsqueda de productos y servicios

2. La opinión es importante

Los consumidores actuales comparten todo: sus experiencias, sus opiniones, y les gusta sentirse tomados en cuenta.

3. Se (des)fidelizan rápido

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.

4. 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.

5. 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.