



**Mi Universidad**

# Mapa Conceptual

**Nombre del Alumno:** Gpe Elizabeth Hidalgo Ruiz

**Nombre del tema:** Mercadotecnia nutricional

**Parcial:** I

**Nombre de la Materia:** Conceptos de mercadotecnia

**Nombre del profesor:** Alejandro Aguilar Morales

**Nombre de la Licenciatura:** Nutrición

**Cuatrimestre:** Octavo

# EL CONSUMIDOR

## CARACTERISTICAS DEL CONSUMIDOR

Necesidades y deseos

Buscan satisfacer a través de la

Compra de productos o servicios

Comportamientos de compra

Influenciado por factores como

- Edad
- Genero
- Educación
- Cultura

Percepción y actitud

Estás influyen en sus

Decisiones de compra

Hacia los

Productos o servicios

Capacidad de pago

Tienen una

Capacidad de pago limitada

Acceso a la información

Permite

Tomar decisiones informadas

Sobre los

Productos o servicios

## PUNTOS IMPORTANTES DEL CONSUMIDOR

El consumidor es el centro de atención

Es el

Objetivo general

de

Cualquier Negocio

La segmentación es clave

Para

Entender las necesidades y deseos

de los

Consumidores

y

Desarrollar estrategias de Marketing electivas

La experiencia de consumidor es fundamental

Para

Satisfacer las necesidades y deseos

de cada

Consumidor

La ética y la responsabilidad social son importantes

Para su

Tratamiento de los consumidores

y su

Impacto en la sociedad



## **Referencias bibliograficas**

Universidad del Sureste.Apuntes Unidad II Mercadotecnia nutricional

Antología pag. 25- 31

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/5613cea6814410faaa4404dd49b8a87f-LC-LNU801%20MERCADOTECNIA%20NUTRICIONAL.pdf>