



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Centro Universitario UAEM Valle de Chalco



PROGRAMA EDUCATIVO
LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL

UNIDAD DE APRENDIZAJE:
MERCADOTECNIA

UNIDAD DE COMPETENCIA IV

TEMA:
4.2 CLASIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR

PRESENTA:
M. EN A. JOSÉ LUIS CASTILLO MENDOZA

Octubre 2016

CONTENIDO

Concepto

Clasificación del consumidor

Referencias

La sociedad actual nos ofrece una amplia variedad de consumidores, cada uno con sus ventajas e inconvenientes y con sus propias características que decide el acto de la compra o el consumo condicionado por diferentes factores, sobre los cuales el marketing podrá influir en determinados casos, pero en los que, en otros, no podrá hacer uso de sus técnicas o herramientas para influenciar la compra del producto de una determinada marca.



Consumidor

Se entiende por consumidor , como lo define el Diccionario de la Real Academia Española, a una “persona que compra productos de consumo”.
(Real Academia Española, 1992, p. 1220)



- Para la introducción de una nueva marca a un mercado, es necesario conocer el comportamiento del público objetivo al cual se dirige la marca y sean enfocados según los gustos y necesidades que presentan los consumidores.



CONSUMIDORA MUJER DE HOY

- ◉ Debido a la inserción en una era post moderna se pueden analizar cambios en la sociedad en lo que concierne a la representación y valoración de la mujer en la sociedad actual así como de una de las principales consumidoras de productos.



- Plantear el tema del cambio de rol de la mujer en la sociedad...exige establecer previamente la existencia de una doble imagen: aceptar, por una parte, la actividad habitualmente silenciosa pero indudablemente importante de la mujer en la cotidianidad, como resultado de una estructura tradicional que le asignara el rol de artífice y sostén del hogar y de la crianza de los hijos, y reconocer, por otra parte, su lucha infatigable para obtener un lugar destacado, semejante al del hombre, en la organización institucional. (Fuster Retali, 2006)

CONSUMIDORES POR TIPO DE COMPRA

- ◉ **Planeado:** Para este tipo de consumidor la compra es reflexiva. Antes de realizar el acto de la compra ya sabe el qué va a comprar, de qué marca y en qué canal lo va a hacer. Conoce perfectamente todas las ofertas del mercado y no acepta productos sustitutivos. Se ve afectado en poca medida por las acciones de marketing de las marcas.





- ◉ **Sugestionado:** se informa a través de la publicidad ofrecida de las marcas, siendo por tanto influenciada por la misma. Se encarga de estudiar detalladamente las características del producto y estudia las diferentes ofertas que le ofrece el mercado. Es un tipo de consumidor que se ve influenciado por las acciones de marketing y que decide la compra en función de las mismas.



- Impulsivo: Compra por impulso, sin pensar en aquello que está comprando, ni en si lo necesita o no. Simplemente le gusta, le apetece comprarlo y lo hace.



CONSUMIDORES POR LA FIDELIDAD A LA MARCA O AL PRODUCTO

- ◉ **Experimental:** Se trata de aquel consumidor que siempre está dispuesto a probar un nuevo producto que ha salido a la venta. Además, se ofrece a realizar prueba de productos y siempre compra aquellos nuevos. Al ser el primero, muchas veces genera influencia de consumo en otros. No es leal a las marcas.



Habitual: Suele comprar casi siempre el mismo producto y la misma marca. No obstante, si no lo encuentra acepta el cambiar de producto y marca, convirtiéndose en este caso en el consumidor ocasional.



- ◉ Ocasional: Es aquel que compra el producto de forma esporádica y sin poder predecirla. Sólo en el caso de no encontrar el producto habitual realiza la compra. Se complementa con el consumidor ocasional.



- **Fiel**: Para este tipo de consumidor, la compra o adquisición del producto está definida por la marca. En caso de no poder encontrar el producto de esa marca no realiza la compra, desechando la posibilidad de adquirir productos complementarios al mismo.



- ◉ **Indiferente**: El producto que anda buscando debe cumplir la función que desea el consumidor. No le importa ni la marca, ni el diseño ni el canal donde lo pueda adquirir. Obviamente, no es leal a ninguna marca...



- **Fanático:** Única y exclusivamente sólo existe una marca para esta clase de consumidor. Hasta el punto de dejar de consumir esa clase de producto del que es totalmente dependiente. No concibe un sustitutivo de la misma. Es totalmente fiel a la misma.



Consumidores por su relación con el dinero

- **Ostentoso:** Le gusta el consumo de productos de gama alta y primera calidad. Suelen ser primeras marcas. Su compra suele ser irreflexiva y compra por impulso en muchos casos. Se da muchos lujos y se trata de un consumidor egocéntrico.



- ◉ **Conformista:** Trata de cuidar el dinero y de cubrir sus necesidades básica. No adquiere lujos ni se da caprichos.



- ◉ **Ahorrativo**: Es un consumidor que trata de conservar el dinero y sólo hacer las compras necesarias. Busca constantemente las ofertas y se asegura el consumo de los productos que necesita, sin excederse en la compra de los mismos.



- ◉ **Afanado**: Aquel consumidor a familiar que controla por medio del dinero, lo mueve y lo controla. El hecho de tenerlo le da poder.



- ◉ **Protector:** Curioso tipo de consumidor que únicamente usa el dinero para adquirir aquello que ayude a proteger y auxiliar a los demás.



- ◎ **Cazador:** Busca hacer crecer la cantidad de dinero que tiene por medio de acciones agresivas y arriesgadas como inversiones de alto riesgo, busca cosas que garanticen la plusvalía de su compra.



- ◉ **Idealista**: Se trata de un consumidor inmaterial que consume únicamente para mejorar su calidad de vida, sin pensar en nada más.



CONSUMIDORES POR SU COMPORTAMIENTO BASADO EN ALGUNA PSICO-DEPENDENCIA

- ◉ **Adultescente:** Se trata de personas adultas que poseen cierta independencia económica y se comportan como si fueran adolescentes. Tratan de aparentar encontrarse en esa etapa de la vida por medio de los patrones de consumo y compran productos que a primera vista no se corresponden con su edad.



- ◉ **Bobo`s**: Personas en edad madura que no siguen patrones de conducta establecidos. Consumen productos y servicios de mucho lujo y suelen presumir de ser rebeldes y llevar una vida Bohemia. Tienen ingresos altos. Su nombre viene de las palabras "Bourgeois & Bohemian".



- ◉ **Dinks**: Se trata de parejas en las que ambos trabajan, disponen de ingresos medios-altos y no tienen hijos. Este nombre viene del inglés "Double Income/No kids"





- ◉ **Dins:** Parejas que ambos trabajan y tienen ingresos pero deciden no tener actividad sexual, común en ciertas religiones, el ímpetu es canalizado a otro tipo de consumo.

- ◉ **Duppie**: Es aquel consumidor que en el pasado tuvo un trabajo de alto nivel y bien remunerado, pero que actualmente desempeña una actividad de menor responsabilidades y menores ingresos. Se trata de un grupo que no ha superado el hecho de perder prestigio. Su nombre viene de "Depressed Urban People/Depressed Yuppie"





- ◉ **Geek o Tekkies:** son los tecno-adictos, hacen todo por tener lo más último en tecnología de todas las áreas, caracterizándose por el consumo compulsivo.



- ◉ **Grinch**: Son aquellos consumidores que siempre resaltan la parte negativa del consumo, de las marcas y de los productos.



- ◉ **Kidult**: Se trata de adultos con gustos de niños, compran juguetes, adornos infantiles y productos destinados principalmente al público infantil.





- ◉ **Kipper:** Son los adultos sin independencia económica, su característica principal es que viven con sus padres y del dinero que ellos le pasan, lo que condiciona su consumo.

- ◉ **Metrosexual:** Bien conocidos por todos, es un hombre que cuida su apariencia física al igual que lo hace una mujer, compra cosméticos masculinos y cuida especialmente su estilismo. Suelen consumir productos de primeras marcas y no escatiman en gastos para productos del cuidado personal.





- ◉ Mujer Alfa: Es la mujer que trabaja y su puesto e ingreso son superiores al de su pareja, tomando ella misma las decisiones de consumo.

- **Prosumer:** Son aquellos consumidores fanáticos de la tecnología. Adquieren siempre lo último de lo último y suelen ser los primero en disponer todos los adelantos tecnológicos en una rama del consumo. Aunque las manejan como si fueran especialistas, sólo se trata de un hobby para ellos.



- ◉ **Senior Gold:** Son jubilados que sin la necesidad de tener hijos que mantener se dan los lujos que antes no pudieron. En muchas ocasiones tienen un comportamiento de adolescentes.



- ◉ **Single & op:** Son los adultos solteros, divorciados o viudos que viven acompañados de uno o más hijos, teniendo prioridad los hijos en sus patrones de consumo.



- ◉ **Spoiled Beatch:** Son las mujeres que nunca han trabajado ni piensan hacerlo. Suelen ser mujeres que en su infancia eran niñas consentidas por sus padres y esperan que su pareja lo siga haciendo, gastando más de lo que pueden y viviendo por encima de sus posibilidades.



- ◉ **Yugs:** Suelen ser consumidores que rozan la edad de treinta años y que apenas tienen "vida social" debido a que pasan mucho tiempo con los videojuegos o internet. Su manera de consumir se adapta a este estilo de vida.



BIBLIOGRAFIA

- ◉ Mercadotecnia, Laura Fischer, Jorge Espejo, Mc Graw Hill 2007 Mexico.
- ◉ Mercadotecnia, Ceesa, KeeganWarrenj, 2009
- ◉ Ginkota Kotabe, Administración de Mercadotecnia, Trillas 2001
- ◉ Fundamentos de Marqueting. Marcha, Williams J. Mc Graw Hill, 2007
- ◉ Comercio internacional I. Salvador Mercado H, Limusa 2000
- ◉ El Plan de Marqueting, Sainz de Vicuña, Madrid 2012

- ◉ https://www.google.com.mx/search?q=ENFOQUES+DE+LA+ADMINISTRACI%C3%93N&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiAxdCY7dXPAhUD2oMKHRecBTMQ_AUIBigB#tbm=isch&q=clasificacion+del+consumidor
- ◉ https://www.google.com.mx/search?q=consumidor+por+tipo+de+compra+planedo&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj_jf6h-NXPAhVH8IMKHQ2iAdsQ_AUIBigB
- ◉ https://www.google.com.mx/search?q=consumidor+cazador&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj6hLj7_9XPAhWsy4MKHd7RCQIQ_AUIBigB#imgsrc=1weKmAR28oKqaM%3A
- ◉ https://www.google.com.mx/search?q=consumidor+cazador&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj6hLj7_9XPAhWsy4MKHd7RCQIQ_AUIBigB#tbm=isch&q=les+compran+todo+los+pdres&imgsrc=PzDt7nQpe9bcIM%3A

REFERENCIA DE IMÁGENES

- https://www.google.com.mx/search?q=consumidor+cazador&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj6hLj7_9XPAhWsy4MKHd7RCQIQ_AUIBigB#tbm=isch&q=consumidor+grinch
- https://www.google.com.mx/search?q=consumidor+cazador&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj6hLj7_9XPAhWsy4MKHd7RCQIQ_AUIBigB#tbm=isch&q=consumidor+iphon&imgrc=__
- https://www.google.com.mx/search?q=consumidor+cazador&espv=2&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj6hLj7_9XPAhWsy4MKHd7RCQIQ_AUIBigB#tbm=isch&q=consumidor+ps4&imgrc=xMwHCL9YMMJNXM%3A
- http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/397.pdf