



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

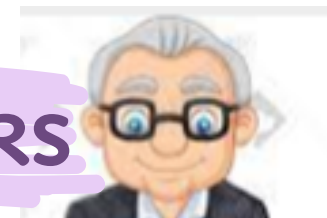
GRUPO: CLM

ALUMNA:
FATIMA AMAYRANY CORNELIO VICTORIANO

DOCT. MINERVA CAMACHO JAVIER

CODIGO: C0102108

BABY BOOMERS



¿Cómo compran?

Investigación Online

Priorizan la confianza y la calidad

¿Por qué? Poder adquisitivo y valor

Salud y bienestar



Utilizan tiendas físicas como plataformas de comercio electrónico

Las redes sociales son el principal canal

GEN Z Y ALPHA

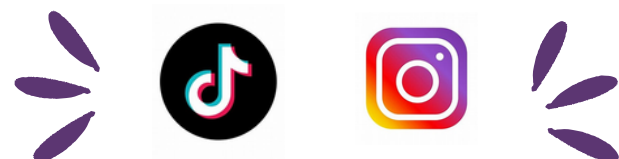


¿Cómo compran? Gen Z

Las redes sociales son su principal guía de compras

Necesitan contenido visualmente atractivo y relevante para su interés

(Tiktok, Instagram)



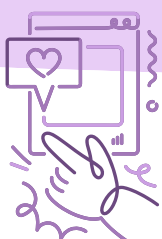
Inspiración y confianza en influencers

Alfa

Influencia de padres y la tecnología



GENERACIONES DE CONSUMO



GEN X

¿Cómo compran?

De forma omnicanal

Investigando productos en línea

Valorando las reseñas

Marcas confiables

¿Por qué?

- Valor y precio
- Comodidad en línea
- Autenticidad y confianza

Valoran las marcas que ofrecen comunidades activas



MILLENNIALS



¿Por qué?

Busqueda de comodidad y experiencia
Autenticidad y Conexión

Interés en la sostenibilidad

- Mobile-first

¿Cómo compran?

Priorizando la conveniencia

Comercio digital y móvil

Influencia de la prueba social

