



## Criterios de evaluación

1. El consumo inteligente es consciente, informado, crítico, saludable y responsable.

Verdadero  Falso

2. La salud financiera es el estado en donde una persona puede cumplir con sus obligaciones financieras de corto comprometiendo aquellas de largo plazo.

Verdadero  Falso

3. El lugar donde vivimos con sus normas, costumbres y tradiciones de vestimenta, de alimentación, de recreación son factores que influyen en la forma que consumimos

Verdadero  Falso

4. Une las columnas

1. Teoría de Marshall	Esta teoría se basa en que la motivación del consumidor responde a sus necesidades fisiológicas (básicas de supervivencia), de seguridad, sociales, de reconocimiento y de autorrealización.
2. Teoría de Skinner	El consumidor gastará su ingreso de forma que le proporcione la mayor utilidad posible. Con utilidad nos referimos a beneficio o provecho, es decir, la persona hace posibles combinaciones de cómo gastar su dinero y escoge la combinación que le dé mayor provecho. Por lo tanto, se considera que, la decisión de su compra es una elección racional: se informó de todas las opciones posibles, analizó sus necesidades y solo así escogió la mejor combinación.
3. Teoría de Maslow	Los hábitos de consumo buscan aceptación/aprobación social, es decir, las personas hacen compras para lograr pertenecer o ser aceptados por otros que tienen lo mismo. Los deseos son más importantes que las necesidades.
4. Teoría de Veblen	Realizamos las decisiones de nuestras compras con base en experiencias pasadas o recuerdos. Por ejemplo, preferimos un tipo de shampoo porque es el que nuestra madre usaba o evitamos comer en una fonda porque en una ocasión nos enfermamos comiendo ahí. La publicidad (comerciales en televisión o radio, anuncios en revistas y espectaculares) está orientada a que nosotros, los consumidores, asociemos sus productos con experiencias positivas.

5. Entre más grande sea el costo anual total (CAT) más barato es el crédito.

Verdadero  Falso



# Consumo inteligente



## Criterios de evaluación

1. El consumo inteligente es consciente, informado, crítico, saludable y responsable.

Verdadero  Falso

2. La salud financiera es el estado en donde una persona puede cumplir con sus obligaciones financieras de corto comprometiendo aquellas de largo plazo.

Verdadero  Falso

3. El lugar donde vivimos con sus normas, costumbres y tradiciones de vestimenta, de alimentación, de recreación son factores que influyen en la forma que consumimos

Verdadero  Falso

4. Une las columnas

1. Teoría de Marshall	Esta teoría se basa en que la motivación del consumidor responde a sus necesidades fisiológicas (básicas de supervivencia), de seguridad, sociales, de reconocimiento y de autorrealización. (3)
2. Teoría de Skinner	El consumidor gastará su ingreso de forma que le proporcione la mayor utilidad posible. Con utilidad nos referimos a beneficio o provecho, es decir, la persona hace posibles combinaciones de cómo gastar su dinero y escoge la combinación que le dé mayor provecho. Por lo tanto, se considera que, la decisión de su compra es una elección racional: se informó de todas las opciones posibles, analizó sus necesidades y solo así escogió la mejor combinación. (1)
3. Teoría de Maslow	Los hábitos de consumo buscan aceptación/aprobación social, es decir, las personas hacen compras para lograr pertenecer o ser aceptados por otros que tienen lo mismo. Los deseos son más importantes que las necesidades. (3)
4. Teoría de Veblen	Realizamos las decisiones de nuestras compras con base en experiencias pasadas o recuerdos. Por ejemplo, preferimos un tipo de shampoo porque es el que nuestra madre usaba o evitamos comer en una fonda porque en una ocasión nos enfermamos comiendo ahí. La publicidad (comerciales en televisión o radio, anuncios en revistas y espectaculares) está orientada a que nosotros, los consumidores, asociemos sus productos con experiencias positivas. (2)

5. Entre más grande sea el costo anual total (CAT) más barato es el crédito.

Verdadero  Falso