



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS**

**INVESTIGACION DE MERCADO**

**ALDO IRECTA**

**ALEJNADRO LOPEZ MARTINEZ**

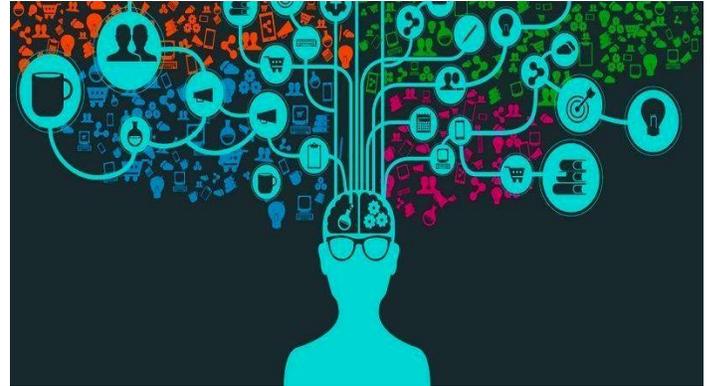
Las variables demográficas.

Edad. Género. Estado civil. Posición familiar (cabeza de familia). Número de miembros de la familia. Influyen en la decisión de compra del comprador.



Características socioeconómicas del consumidor

son características objetivas del comprador, por lo general, son fáciles de medir y ayudan a la hora de compra conforme a su conocimiento como ocupación, profesión o actividad desempeñada.



- Características psicográficas del consumidor

Personalidad: es compleja y afecta de modo consistente y duradero al comportamiento.

Estilo de vida: influyen en las actividades, intereses y opiniones de cada persona e incluye la personalidad social.



Similitudes de las variables demográficas, socioeconómicas y psicográficas.

Todas influyen a la hora de compra del consumidor respecto a su género, estilo de vida o por las actividades que le hace el individuo.



Diferencias: Las variables demográficas y socioeconómicas son características objetivas del comprador y son fáciles de percibir ya que comparten variables internas como la motivación, percepción, aprendizaje y actitudes.

Las psicográficas son más difíciles de percibir porque influyen en cada persona, todos tenemos un estilo de vida y diferente personalidad.



Beneficios: ayuda para tomar decisiones cuando un comprador adquiere un producto de su preferencia dependiendo de su personalidad, sexo o edad, entre otras.

