

Docente: Irecta Najera Aldo

Materia: Investigación de Mercados

Trabajo: súper nota

Alumna: Ruiz Dearcia Brenda Nalleli

Lic. En Administración de Empresas

13 de junio del 2020



DEMOGRAFÍA

Es la ciencia que estudia los procesos que determinan la formación, conservación y desaparición de las poblaciones: fecundidad, Mortalidad y migraciones.

CAMPO DE ESTUDIO

Análisis Demográfico: investiga las componentes de la variación y sus cambios.
Estudios sobre población: no solo se ocupa de las variables propias de la demografía sino también de las relaciones existentes entre los cambios de la población

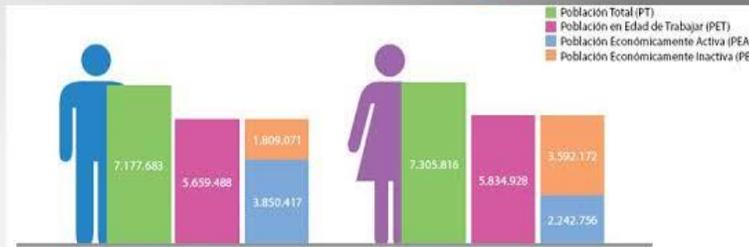
FUENTES DE INFORMACIÓN

- Censo de población.
- Encuestas por muestreo.
- Registros de hechos Demográficos

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

- Mortalidad
- Fecundidad
- migraciones

Variables demográficas



* La Población en edad de trabajar y la PEA se calcula para 10 años y más



* Población de 10 años y más ocupada por categoría de ocupación

Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	1.245.086	654.435
Cuenta propia	1.099.571	631.798
Jornalero o peón	674.062	76.855
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	370.288	272.960
No declarado	143.248	128.007
Empleado doméstico	15.099	209.503
Patrono	100.465	69.325
Trabajador no remunerado	52.017	36.636
Socio	42.708	22.077
Total	3.661.539	2.101.686

Demografía Dinámica



DINÁMICA O COMPORTAMIENTO DE LA POBLACIÓN

- **Composición de la población por sexo y edad** -- Índice de masculinidad
- **Crecimiento de la población** -- Tasa de crecimiento natural
Tasa de crecimiento total
- **Mortalidad** -- Tasa bruta de mortalidad (infantil y total)
Tasa específica de mortalidad (infantil y total)
Esperanza de vida al nacimiento
- **Fecundidad** -- Tasa bruta de natalidad
Tasa de fecundidad general
Tasa de fecundidad por grupos de edades
Tasa de fecundidad global
Tasa neta de reproducción
- **Migraciones:** -- Migraciones externas (o internacionales)
Migraciones internas
- **Fuerza de trabajo** -- Población Económicamente Activa
Tasa de Actividad
Tasa de ocupación
Coeficiente de dependencia

Variables demográficas

Entre las características demográficas más conocidas tenemos la edad, sexo (género), ingresos económicos, educación, ocupación, tamaño de la familia, etc.

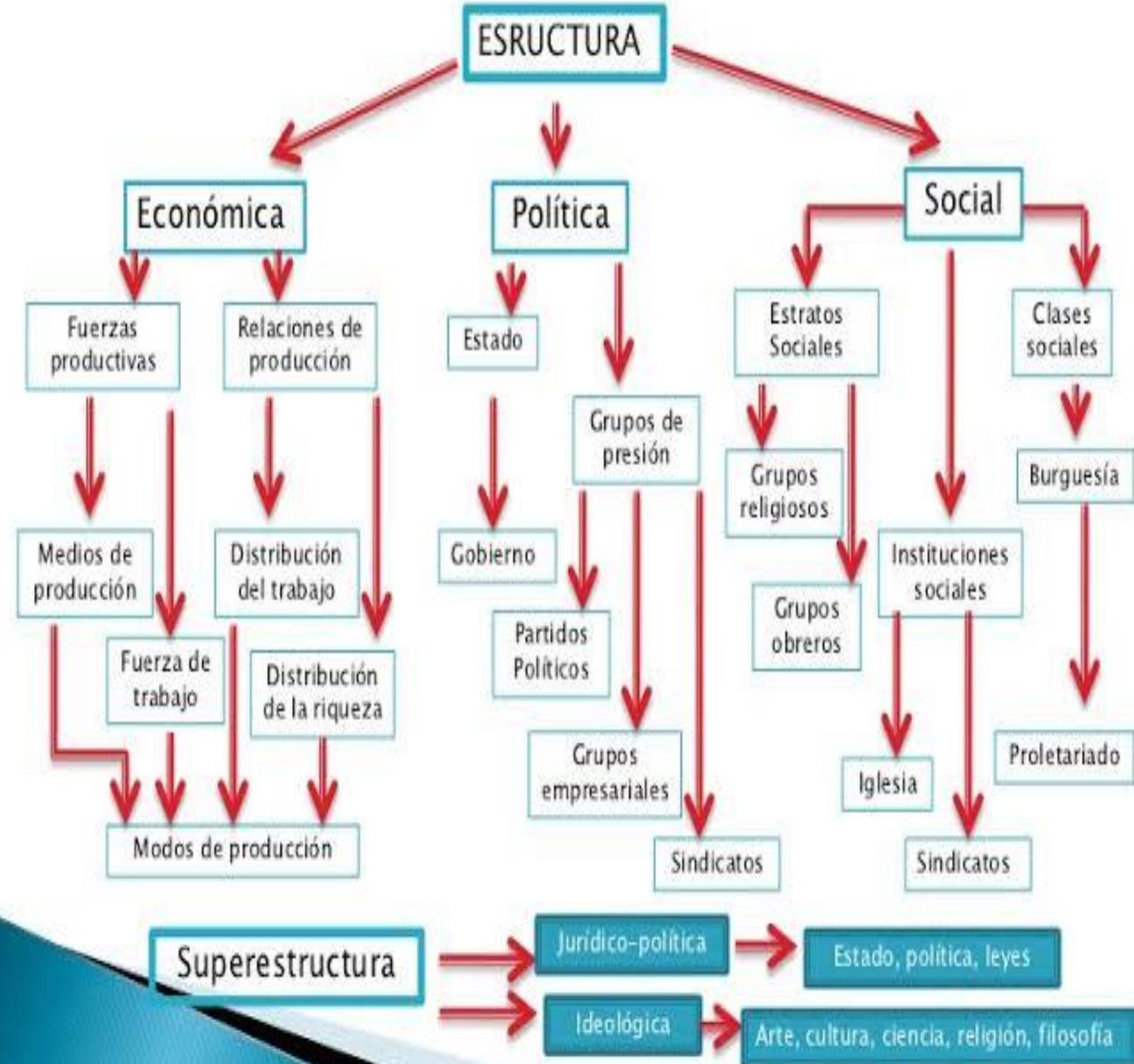


Socioeconómicos

Se dividen tomando en cuenta el tipo de poblamiento, el uso del suelo y las actividades económicas de la población.



ESTRUCTURA SOCIOECONOMICA



ARRAIGADAS EN EL CONSUMIDOR

PSICOGRÁFICA (Estilo de Vida):

1. "Actividades, intereses y opiniones (actitudes o cogniciones) hacia diversos temas y no pueden clasificarse usando definiciones estandarizadas"
2. Son definidos en ámbitos de estudio específicos y se miden a través de encuestas que no se basan en la evidencia



VARIABLES PSICOGRÁFICAS

- a. Rasgos de personalidad: actitud, confianza, innovación...
- b. Valores y Estilo de vida (Vals)
- c. Creencias y valores socioculturales:
 - 1) Cultura y Subcultura: comparten los mismos valores creencias y costumbres.
 - 2) Transcultural o Marketing global: "adaptación" a necesidades y culturas globales

Datos Psicográficos: "Explican las **decisiones de compra** de los individuos y las **elecciones** que hacen dentro de las opciones"

Segmentación
del Mercado

VARIABLES PSICOGRÁFICAS

En la actualidad las variables psicográficas tienen una influencia notable sobre los motivos y decisiones de compra del consumidor. A pesar de que no son claramente perceptibles y no siempre pueden medirse, representan un excelente medio para posicionar y comercializar los productos de una empresa, por lo que merecen ser estudiadas con detenimiento.

1. Grupos de Referencia
2. Clase Social
3. Personalidad
4. Cultura
5. Ciclo de vida familiar
6. Motivos de Compra



Eventos de
Comunicación
y Mercadeo

Educación y Tecnología
Para el Desarrollo Humano

¿QUIEN?: DEMOGRAFÍA

¿Quién necesita tu producto o servicio?

Incluye detalles básicos demográficos como la edad, género, tamaño de familia, nivel educativo y ocupación.



¿DONDE?: GEOGRAFÍA

¿De donde son tus clientes?

Estos son los lugares en donde tus clientes pueden ser encontrados (Ejemplo, su código postal) y asegúrate de aprender detalles como tamaño del área, su densidad de población y su clima.



¿POR QUÉ?: PSICOGRAFÍA

¿Por que tus clientes toman las elecciones que toman?

Esta es la información de personalidad y estilo de vida que te ayudarán a conocer los hábitos de compra de tus clientes. Por ejemplo, si conoces el porque tus clientes compran tu producto, podrás saber cuantos de tu producto necesitan y que tan seguido necesitarán comprar tu producto.



¿COMO?: COMPORTAMIENTO

¿Cómo se comportan tus clientes?

Todos los clientes están comprando productos para satisfacer una necesidad, pero ¿cómo identificar esa necesidad? ¿Cuanta información tiene el consumidor? y ¿Cómo tu producto satisface esta necesidad? y ¿Cuáles son sus fuentes de información?



www.RodrigoHM.com