

VARIABLES DEMOGRÁFICAS, SOCIOECONÓMICAS Y PSICOGRÁFICAS DEL CONSUMIDOR



VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La estructura de una población es la clasificación de sus habitantes según **variables** de persona. Según las Naciones Unidas, estas **variables** son: edad, sexo, estado civil, lugar de nacimiento, nacionalidad, lengua hablada, nivel de instrucción, nivel económico y fecundidad



Edad, género, orientación sexual, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos familiares, profesión, nivel educativo, estatus socioeconómico, religión, nacionalidad, culturas, raza, generación

VARIABLES SOCIOECONÓMICAS



Indican un estado o situación del consumidor, como el nivel de ingresos, la ocupación y el nivel de estudios. Constituyen criterios objetivos para clasificar o dividir mercados. Suelen combinarse para determinar la clase social.

- La ocupación, profesión o actividad desempeñada.
- Los ingresos periódicos obtenidos.
- El patrimonio acumulado.
- El nivel de estudios alcanzado.

VARIABLES PSICOGRÁFICAS

Los estilos de vida son modos de vivir que se caracterizan por las formas en que la gente emplea el tiempo (actividades), por todo aquello que se considera importante (centros de interés) y por lo que piensan las personas de ellas mismas y del mundo que les rodea (opiniones).



Personalidad, estilos de vida, intereses, gustos, inquietudes, opiniones, valores. **Variables Conductuales:** Lealtad de marca, beneficios buscados (precio, calidad, servicio), tipo de usuario, nivel de uso (heavy / light users), entre otras.

