

Nombre del alumno: LIMBERG ALBORES MONTOYA

Nombre del profesor: ALDO IRECTA NAJERA

Nombre del trabajo: SUPERNOTA UNIDAD II

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 6to. CUATRIMESTRE

Grupo: LAEN - 13

Características demográficas, socioeconómicas y psicográficas del comprador.

- ❖ Las variables demográficas hacen referencia a los atributos biológicos del individuo, a su situación familiar y a su localización geográfica.
- ❖ Las variables socioeconómicas evidencian situaciones o estados alcanzados y conocimientos adquiridos.
- ❖ Las variables psicográficas son subjetivas. Existen dos tipos: la personalidad y los estilos de vida.
- ❖ La personalidad: es compleja y afecta de modo consiente y duradero al comportamiento.
- ❖ Los estilos de vida son modos de vivir, que se caracterizan por las formas en que la gente emplea el tiempo, por lo que consideran importante y por lo que piensan.



UNIDAD II

Psicografía

Estudio de la personalidad, los valores, las actitudes, los intereses y los estilos de vida.



Aspectos Psicográficos del consumidor

Tiene que ver netamente con el estilo de vida del consumidor

- Personalidad
- Estilo de vida
- Valores



También conocidos como Variables AIO. "Actividades, Intereses, Opinión."

Variables Psicográficas (AIO) Actividades, Intereses y Opiniones

Se centra sobre la medición de:

- **Actividades:** forma en la que un consumidor o una familia, pasa el tiempo.
- **Intereses:** las preferencias y prioridades de un consumidor o familia.
- **Opiniones:** forma en la que un consumidor siente acerca de una amplia variedad de eventos y cosas.



Estudio Psicográfico

Consiste en una variedad de afirmaciones diseñadas para capturar aspectos relevantes de la personalidad, de los motivos de compra, intereses, actitudes creencias y valores de un consumidor.

Responden afirmaciones selectivas:

- Productos
- Servicios
- Marcas

