



Nombre del alumno: Roblero Vázquez Paulo Sergio

Nombre del profesor: aldo irecta

Nombre del trabajo: súper nota

Materia: investigación de mercados

Grado: 6to

Grupo: A-13 Administración Y Estrategias de negocios

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de junio del 2021

diferentes variables demográficas, socioeconómicas y psicográficas del consumidor

Variables demográficas:

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 psicográficas: personalidad,
valores,
actitudes,
intereses.

se trata de identificar segmentos de [Mercado (Marketing)(mercado)] o grupos uniformes más pequeños, pues la segmentación de un mercado en muchos mercados se puede asociar, de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto.