

# CONSUMO PER-CÁPITA DEL PRODUCTO

El consumo per cápita es un indicador estadístico que muestra la cantidad de recursos que consume, en promedio, cada persona dentro de un país. El término *per cápita*, que proviene del latín *capita* (cabeza), significa literalmente “por persona”. Esta expresión se utiliza con frecuencia en estudios demográficos y económicos para analizar datos relacionados con la población.

Este indicador permite conocer el nivel de consumo de un país en distintos sectores, desde alimentos hasta energía o combustibles. En términos generales, expresa la cantidad total de un bien o servicio que consume cada habitante durante un año. Además, sirve para realizar comparaciones entre diferentes periodos de tiempo o entre países, ayudando a evaluar los cambios en los patrones de consumo y el uso de recursos.

También, el consumo per cápita ofrece una visión del nivel general de aprovechamiento de los recursos en una nación, lo que facilita comparar el comportamiento de consumo a escala mundial. Es importante no confundirlo con otros indicadores económicos como el PIB per cápita, el PNB per cápita o el INB per cápita, ya que estos miden la producción o el ingreso, no el consumo.

El consumo per cápita es una herramienta muy útil dentro de la segmentación de mercado, ya que permite comprender mejor los hábitos de consumo de diferentes grupos de personas y estimar el potencial real de un mercado.

Una de las principales utilidades es que ayuda a dimensionar la demanda, es decir, permite conocer cuánto se consume en promedio de un producto o servicio, dando como resultado una aproximación bastante cercana a la realidad, y será de gran utilidad para empresas que buscan invertir o expandirse. Este dato ofrece una base sólida para evaluar si vale la pena dirigir esfuerzos hacia un determinado segmento.

También facilita la comparación entre distintos segmentos del mercado. Por ejemplo, al analizar el consumo per cápita por regiones, edades o niveles socioeconómicos, es posible identificar en qué grupos se concentran los consumidores más activos o intensivos, y en cuáles hay menor consumo. Esta información orienta las estrategias de marketing y ventas.

Otra ventaja es que ayuda a definir el posicionamiento y los precios del producto. Esta información ayuda a detectar si un segmento tiene un consumo más alto, dando la oportunidad de ajustar, ofreciendo presentaciones más grandes, versiones premium o estrategias de compra más frecuentes. En cambio, un segmento con menor consumo puede requerir precios más accesibles o tamaños reducidos.

Asimismo, el consumo per cápita apoya el cálculo del tamaño del mercado, ya que, al multiplicar el consumo promedio por persona por la cantidad total de personas en un segmento, se obtiene una estimación de la demanda potencial.

Y así, como es referente para realizar ajustes, también sirve para identificar oportunidades de crecimiento, ya que los segmentos con un consumo per cápita bajo pueden representar mercados con potencial para campañas de penetración, educación del consumidor o estrategias de estímulo de la demanda.

**Fórmula general** para determinar el consumo per cápita:

$$\text{Consumo per cápita} = \frac{\text{Consumo total del producto (volumen o valor)}}{\text{Población del área considerada}}$$

- **Consumo total** puede medirse en unidades físicas (litros, kg, piezas) o en valor monetario (pesos, dólares).
- **Población** puede ser la población total del país, la población urbana, la población de un segmento (ej. edad 18-35) o el número de hogares.

### Variantes útiles:

- **Consumo per cápita anual** → **mensual**: dividir entre 12.
- **Consumo per hogar**: dividir consumo total entre número de hogares en vez de población.
- **Consumo per usuario**: dividir entre número de usuarios reales (si no consume toda la población).

### Ejemplo Consumo anual por persona (volumen)

Supongamos:

- Consumo total anual de jugo en el país = **2,600,000,000 litros**
- Población total = **130,000,000 personas**

Cálculo:

$$\frac{2600000000}{130000000} = 20$$

Resultado: **20 litros por persona al año.**

El consumo per cápita es una medida esencial en la segmentación del mercado porque traduce datos agregados en información relevante para decidir a qué segmentos dirigir productos, cómo dimensionar la oferta y qué metas de mercado fijar. Su cálculo es sencillo, pero su valor depende de la calidad de las fuentes y de la adecuación del denominador (población, usuarios, hogares). Utilizado correctamente, es una herramienta práctica para planificación comercial, fijación de precios y diseño de estrategias de penetración.

#### *Referencia:*

*Michael, Mazzei. (2025). Consumo Per Cápita. EBSCO. Recuperado de: <https://www.ebsco.com/research-starters/economics/capita-consumption>*

*Kotler, P; Keller, K. (2006, decimosegunda edición). Dirección de Marketing. México, Pearson. Recuperado de: <https://studylib.net/doc/27904771/libro-direccion-de-marketing-kotler-keller-2006->*