



ALUMNO:  
CARLOS  
RODRÍGUEZ

PROFESOR:  
ALDO IRECTA

TRABAJO:  
SUPERNOTA

MATERIA:  
INVESTIGACIÓN  
DE MERCADOS

GRADO: 6

GRUPO: U

# Segmentación

## DE MERCADO



### ¿Qué es?

Significa dividir el Mercado en grupos. Así se pueden elegir los mercados-meta de la empresa



### Variables

**GEOGRÁFICAS:**  
Región, país, tamaño, densidad, clima

**DEMOGRÁFICAS:**  
Edad, Género, Tamaño de la familia, Ciclo de Vida, Raza Nacionalidad

**PSICOGRAFICAS:**  
Clase Social, Estilo de Vida, Personalidad

**CONDUCTUALES:**  
Beneficio pretendido  
Grado del Usuario  
Frecuencia de uso  
Grado de lealtad

### CARACTERÍSTICAS



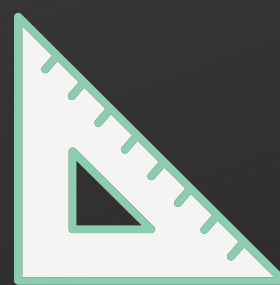
### Homogéneos

Los segmentos deben ser fácilmente identificados!



### Sustanciales

Han de tener una dimensión adecuada



### Medible

Se han de poder medir y han de proporcionar medidas concretas



### Accesible

Se debe poder llegar hasta ellos con suficiente facilidad

POR: CARLOS RODRÍGUEZ

## Linkografía

[https://retos-directivos.eae.es/variables-y-beneficios-de-la-segmentacion-de-mercado/#Caracteristicas\\_de\\_la\\_segmentacion\\_de\\_mercado](https://retos-directivos.eae.es/variables-y-beneficios-de-la-segmentacion-de-mercado/#Caracteristicas_de_la_segmentacion_de_mercado)

<http://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/53fdefd16d146e7e9d5e4c0fb5fb9806.pdf>