



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



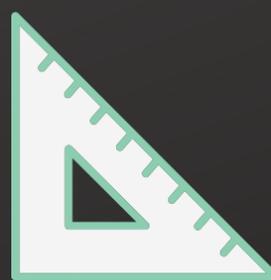
Homogéneos

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

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