



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre de la alumna: Angélica Figueroa
García**

Nombre del profesor: Aldo Irecta

Nombre del trabajo: Supernota

Materia: Investigación de mercados

Grado: 6to Cuatrimestre

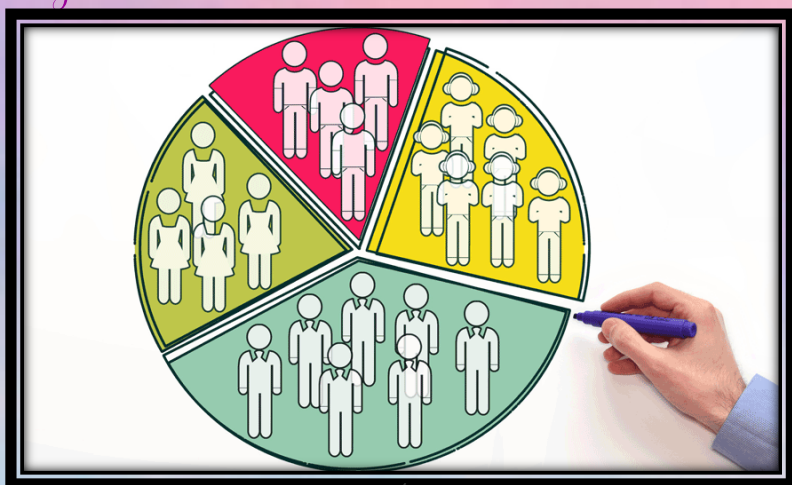
Grupo: Único

Comitán de Domínguez Chiapas a 22 de mayo del 2020.

Segmentación de mercados

¿Qué es?

Divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo.



Características

Accesibilidad al segmento

-Asegurarse de poder alcanzarlo Ser heterogéneos

Diferencias que generen reacciones

Cuantificables

Posibilidad de obtener parámetros cuantitativos para los mismos

Tener un volumen mínimo

Que permita la rentabilidad de la venta de productos

Accionables

Capacidad de acción ante la publicidad

Variables y su subdivisión

Segmentación geográfica	Regiones del mundo o por países. Comunidades Autónomas. Tamaño de la ciudad. Densidad. Clima.	Segmentación psicográfica	Clase social. Estilo de vida. Personalidad.
Segmentación demográfica	Edad y etapa del ciclo de vida. Nivel de ingresos. Género Tamaño familiar. Profesión. Educación. Religión. Generación. Nacionalidad.	Segmentación en función del comportamiento	Según el momento de uso. Según los beneficios buscados. Nivel de uso. Según la frecuencia de uso. Según el nivel de lealtad. Según su disposición. Según la actitud hacia el producto o la marca.

BIBLIOGRAFÍA

<https://robertoespinoza.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque>

https://www.google.com/search?q=cuales+son+las+variables+de+la+segmentacion+del+mercado&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjdrJbFtsXpAhULIqwKHUxDBh0Q_AUoAXoECA8QAw&biw=1366&bih=657#imgrc=86RFHtlclTv73M

<https://www.emprendepyme.net/caracteristicas-de-la-segmentacion-de-mercado.html>