



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

INVESTIGACION DE MERCADOS

DANIELA DIAZ LOBOS

ALDO IRECTA NAJERA

22 DE MAYO DEL 2020



Las variables geográficas:

Dan lugar a considerables diferencias en las características y comportamientos de los consumidores. Las distintas orografías, hidrografías, climas, etc. De los territorios y las razas y culturas de sus pobladores han dado lugar a necesidades pautas de consumo marcadamente diferentes.

La segmentación de mercados por criterios geográficos que unen a la utilización de bases y datos programados para informar.

QuestionPro



