



ALUMNO:
CARLOS
RODRÍGUEZ

PROFESOR:
ALDO IRECTA

TRABAJO:
SUPERNOTA

MATERIA:
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS

GRADO: 6

GRUPO: U

CRITERIOS PARA LA SEGMENTACION DE MERCADOS



VARIABLES DEMOGRAFICAS



Esta se mide por factores como la Edad, género, orientación sexual, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos familiares, profesión, nivel educativo, estatus socioeconómico, religión, nacionalidad, culturas, raza, generación.

VARIABLE

Es el conjunto de valores que puede tomar cierta característica de la población sobre la que se realiza el estudio estadístico y sobre la que es posible su medición.

VARIABLES PSICOGRAFICAS

En estas entran la personalidad, valores, actitudes, intereses



VARIABLES SOCIOECONOMICAS



El Ingreso, ocupación y nivel de estudios, proporcionan también una buena base para segmentar mercados.



Linkografía

https://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado#:~:text=Variables%20demogr%C3%A1ficas%3A%20Edad%2C%20g%C3%A9nero%2C,%20culturas%2C%20raza%2C%20generaci%C3%B3n.

canva.com