SUPER NOTA

Nombre del Alumno: Fabiola Yamileth Ramos García

Nombre del tema: Segmentación, selección y posicionamientos en mercados

Parcial: 1

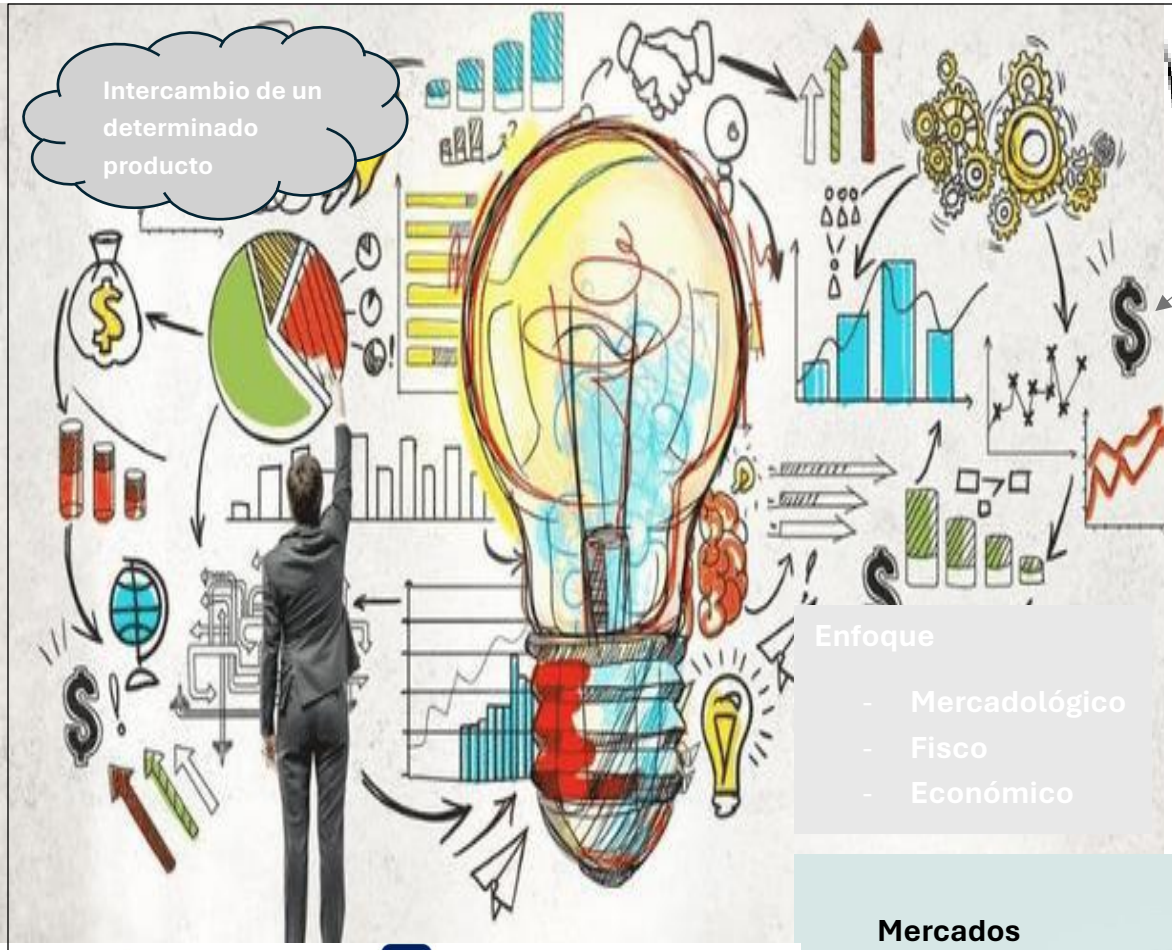
Nombre de la Materia: Mercadotecnia

Nombre del profesor: ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

Nombre de la Licenciatura: Contaduría pública y Finanzas

Cuatrimestre: 5

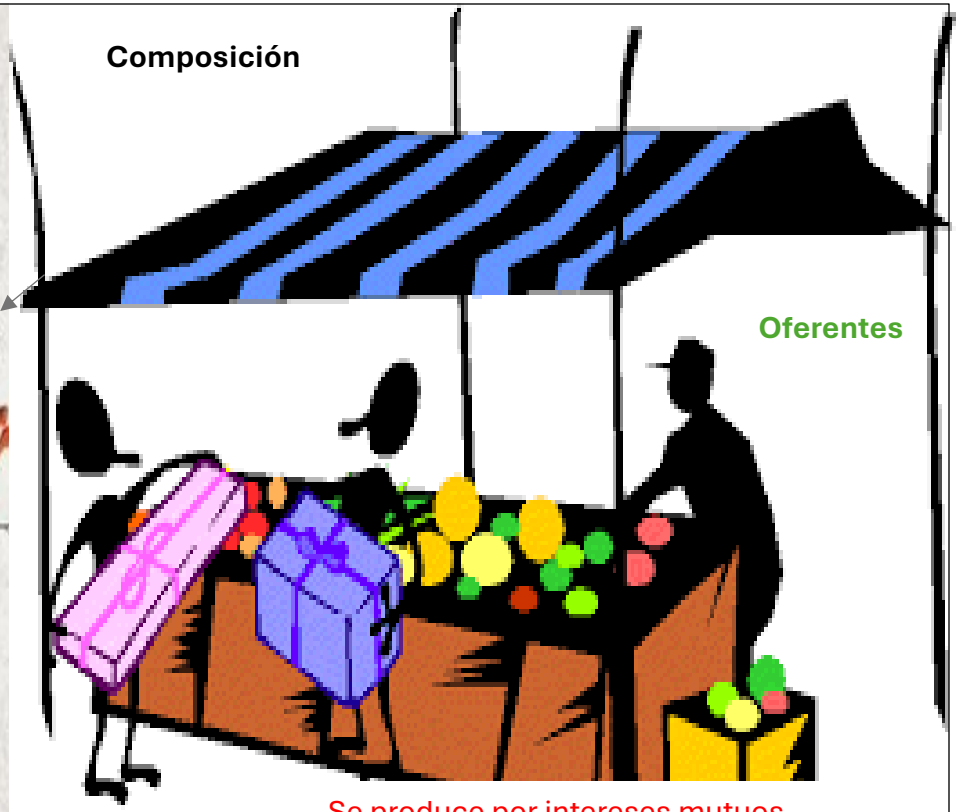
Frontera Comalapa Chiapas, A 1 de abril de 2025



Enfoque

- Mercadológico
- Fisco
- Económico

Composición



Oferentes

Demandantes

Se produce por intereses mutuos

Tipos de mercados

Mercados principales

- Bienes
- Servicios
- Producción

otros tipos de mercados

Mercado de consumo o del	Mercado del productor	Mercado del distribuidor	Mercado de gobierno	Mercados internacionales
Formado por personas para la adquisición de productos de usos personal	Constituido por individuos y organizaciones para destinar los bienes para producción de otros bienes y servicios	Personas y organizaciones que adquieren bienes para revenderlos obteniendo ganancias	Instituciones gubernamentales para cumplir funciones con el gobierno	Abarca los 4 anteriores cuando se compra en el país que se producen

- Excelente clasificación
- Mejor servicio, distribución,
- Conocimientos
- Ahorra tiempo, dinero, esfuerzo

- Disminución de utilidades
- Mala segmentación y colocación de productos
- Perdida de oportunidades
- Estrategias mal adecuadas

Requisitos para la segmentación

- Mensurabilidad
- Accesibilidad
- Sustancialidad
- Accionamiento

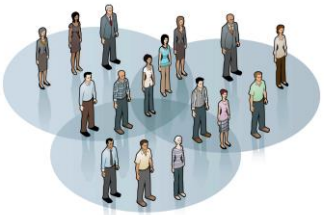
Pasos para una buena segmentación

- Selección de mercado o categoría
- Elección de base de segmentación
- Selección de variables de segmentación
- Diseño y implementación

Segmentación de mercado

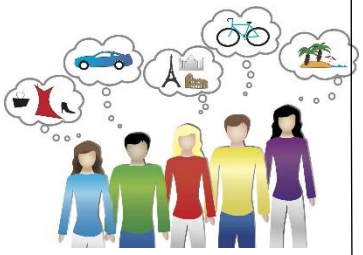
1

Segmentación geográfica



4

Segmentación conductual

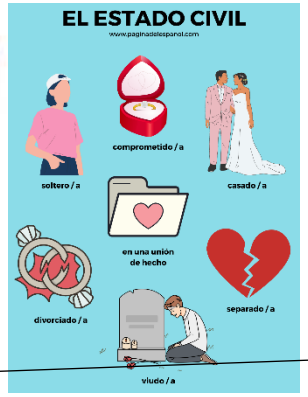


2

Segmentación demográfica

3

Segmentación psicográfica



Estrategia de cobertura

ESTRATEGIA INDIFERENCIADA

Se usa la misma estrategia para todos los segmentos

ESTRATEGIA DIFERENCIADA

Se usan diferentes estrategias para cada segmento

ESTRATEGIA CONCENTRADA

Las estrategias se dirigen a un solo segmento

ESTRATEGIA CONCENTRADA

(El producto va dirigido a un único segmento)

Otros tipos

- Especialización selectiva
- Especialización por productos
- Especialización por segmento
- Atención al mercado global