

# Segmentación de mercado





La **segmentación de mercado** es una estrategia que sirve para agrupar a los usuarios con base en comportamientos, características y perfiles homogéneos, para ofrecer productos o servicios que cumplan esas particularidades.

## Características de la segmentación

- Cuantificación: es la posibilidad de obtener parámetros cuantitativos.
- Accesibilidad: asegurarse de que podrá alcanzarse el segmento de forma eficiente.
- Homogeneidad: poseer una serie de factores comunes.
- Sustancialidad: ser lo suficientemente grandes o rentables..

- Existen **variables** que, al momento de **segmentar el mercado**, lo **segregan** o le **agregan** valor, porque están relacionadas al objetivo que se pretende alcanzar.

<b>Segregan</b>	<b>Agregan</b>
Demográficas: edad, género, ocupación, estudios.	Hábitos de vida: aficiones, personalidad.
Geográficas: nación, estados, regiones, vecindarios, tipo de población.	Conductuales: Se evalúan aspectos como el conocimiento, el uso del producto, hasta las actitudes hacia el producto o servicio.
Socioeconómicas: ingresos o clase social.	



## Tipos de segmentación



- Productos/Servicios y Calidad/Precio
- Comportamiento de compra.  
Se analiza la decisión, compra y postventa de un producto.
- Proveedor/Fabricante:  
Imagen de marca, opiniones, preferencias.

# Tipos de segmentación



# Beneficios



- Mejor congruencia con el concepto de mercadotecnia al orientar los productos, precios, promoción y canales de distribución hacia los posibles clientes.
- Aprovechamiento de los recursos de mercadotecnia enfocados hacia segmentos realmente potenciales para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio.
- Mejoramiento en la eficiencia de los canales de distribución, con lo cual se obtiene una importante ventaja competitiva.
- Permite encontrar productos o servicios mejor adaptados a las necesidades o deseos de los clientes y, con ello, lograr su fidelización.

# Retos de la segmentación de mercado



- El comportamiento de los clientes cambia constantemente, ya sea por la influencia de la competencia o por las variables propias del mercado, por lo que es importante adecuar los objetivos inmediatos.
- Diseñar estrategias de marketing para mercados internacionales toda vez que la segmentación de mercado permite llegar a este nivel.
- Manejar un producto conforme avanza por su ciclo de vida y la influencia del constante cambio tecnológico.





- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Punto de equilibrio



**Oferta:** se refiere a los **bienes y servicios** que se ofertan en el mercado a un precio determinado.



**Demanda:** es la cantidad de **bienes y servicios** que se adquieren en un determinado mercado de una economía; se comprará poco si el precio es alto, se consumirá mucho si el precio es bajo.



**¿Cómo se alcanza el punto de equilibrio?**

- Cuando existe **exceso de oferta**, significa que hay mucho producto y pocos compradores, por lo que la acción a realizar por los oferentes será bajar los precios para aumentar las ventas.
- Cuando existe **escasez de producto**, hay muchos compradores para pocas unidades, por lo que los oferentes aumentarán los precios y, de esta forma, el número de demandantes disminuirá y se establecerá un punto de equilibrio.


Sé interactivo, conéctate  
con el mundo digital.



## ■ Herramientas de segmentación de mercado

Ganancias

 DEMAND METRIC

 Analytics

Posicionamiento en el mercado

**Quantcast**

 Alexa An amazon.com company

# Bibliografía

Kotler, P. y Gary, A. (2017). Fundamentos de Marketing (3ª ed). México: Pearson Education.

De la Rosa, F. D. (s/f). Recuperado de:

[https://www.academia.edu/14760635/CAP%C3%8DTULO\\_8\\_1.NIVELES\\_DE\\_SEGMENTACI%C3%93N\\_DE\\_MERCADO](https://www.academia.edu/14760635/CAP%C3%8DTULO_8_1.NIVELES_DE_SEGMENTACI%C3%93N_DE_MERCADO)

Becerra, R. (2018). Segmentación de Mercados: definición, tipos y estrategia AB Tasty. Recuperado de <https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>.

Sánchez, J. (2020). Segmentación de mercado. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-de-mercado.html>

Noguez, O. (2018). 5 herramientas que te ayudarán a segmentar y estudiar mejor el target de tu marca. Revista Merca 2.0. Recuperado de <https://www.merca20.com/5-herramientas-que-te-ayudaran-a-segmentar-y-estudiar-mejor-el-target-de-tu-marca/>

**Contenidos adaptados por:** MBA. Joaquín Jair Foullon Inzunza  
Abril, 2020