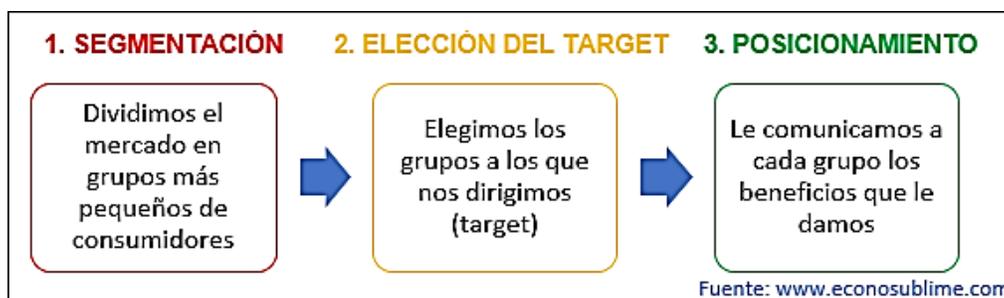




SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en grupos de clientes que comparten similares necesidades y deseos. De esta manera podemos hacer una estrategia diferenciada a cada uno de estos grupos.



CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

1. Criterios de segmentación



TIPOS DE MERCADOS

- 1. Mercado de consumo:** Es el mercado conformado por consumidores finales que compran bienes o servicios para uso personal o familiar. Es decir, no los adquieren para transformarlos o revenderlos.
Ejemplo: Una persona compra una caja de cereal en un supermercado para el desayuno en casa.
- 2. Mercado industrial (o de productores):** Está formado por empresas o instituciones que compran productos para usarlos en la producción de otros bienes o servicios. No son consumidores finales, sino transformadores. **Ejemplo:** Una fábrica compra acero para producir autopartes.
- 3. Mercado de servicios:** Se refiere al conjunto de consumidores que demandan servicios intangibles, como transporte, educación, salud, entretenimiento, etc. **Ejemplo:** Un estudiante se inscribe en un curso de inglés ofrecido por una academia.
- 4. Mercado de revendedores:** Constituido por intermediarios como mayoristas y minoristas que compran productos terminados para revenderlos, sin transformarlos. **Ejemplo:** Un comerciante compra paquetes de arroz al por mayor y los revende en su tienda de barrio.
- 5. Mercado gubernamental:** Es el mercado en el que las entidades del Estado adquieren bienes o servicios para cumplir funciones públicas, como salud, seguridad, infraestructura, educación, etc. **Ejemplo:** El Ministerio de Educación compra tablets para distribuir las en escuelas rurales.
- 6. Mercado internacional:** Incluye todas las transacciones de bienes y servicios que se realizan entre países (importación y exportación). **Ejemplo:** Una empresa colombiana exporta café a Japón.

ACTIVIDAD

1. Copia el texto en el cuaderno.
2. Lee las siguientes descripciones de consumidores y clasifícalos según el criterio de segmentación que se está utilizando (geográfico, demográfico, psicográfica, socioeconómico o conductual).
 - a. Una empresa de ropa lanza una línea especial para jóvenes entre 15 y 20 años.
 - b. Una marca de café promociona sus productos en climas fríos.
 - c. Un banco ofrece tarjetas de crédito especiales para profesionales recién graduados.
 - d. Una tienda online ofrece descuentos a clientes que compran frecuentemente productos tecnológicos.
3. Relaciona cada tipo de mercado con la situación descrita:
 - Mercado de consumo
 - Mercado industrial
 - Mercado de servicios
 - Mercado internacional
 - a. Una empresa exporta bananos desde Colombia a Europa.
 - b. Un joven compra un plan de internet para su hogar.
 - c. Una empresa adquiere maquinaria para su fábrica.
 - d. Una persona compra un televisor para su casa.