

CONCEPTO Y CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.

La segmentación es un proceso de división del mercado en grupos o segmentos de consumidores con pautas homogéneas de consumo, con objeto de que las empresas puedan establecer una oferta comercial diferenciada para cada segmento.

Criterios de segmentación:

- Criterios demográficos: Los grupos de diferentes edades, sexo y circunstancias familiares (tamaño de la familia, etc) suelen tener pautas de consumo distintas. En el mercado de juguetes se segmenta por edades).
- Criterios socioeconómicos: El mercado también puede dividirse según su nivel de renta, profesión, educación, clase social, etc. Es un criterio utilizado en los sectores del automóvil, del turismo, de la vivienda, etc.
- Criterios psicográficos: Se basa en factores de personalidad, estilo de vida o valores de los individuos, que determinan sus preferencias de consumo. Es muy utilizado en productos como ropa, cosmética, etc.
- Comportamiento de compra: Los consumidores también se diferencian por la frecuencia y el tamaño de la compra que hacen, por los beneficios que esperan del producto o por la fidelidad a la marca, etc. Es un criterio muy usado por la industria agroalimentaria, por ejemplo, ofrecer un mismo producto en distintos tamaños (tamaño familiar o sencillo), o con variaciones en su composición (bajo en calorías , con vitaminas, etc..)