Segmentación Demográfica

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué es la segmentación demográfica?

1. Dividir el mercado en grupos basados en edad, género, ingresos y otras variables poblacionales.
2. Dividir el mercado según los beneficios que busca el consumidor.
3. Dividir el mercado según el estilo de vida y personalidad.
4. Dividir el mercado según la frecuencia de compra.

2.

¿Cuál de las siguientes NO es una variable demográfica típica?

1. Ocupación
2. Nivel educativo
3. Estilo de vida
4. Estado civil

3.

La variable demográfica que agrupa a los consumidores según su poder adquisitivo se conoce como nivel de __.

Respuesta: _____

4.

Una empresa que vende pañales para bebés probablemente utilice la segmentación demográfica basada en:

1. La etapa del ciclo de vida familiar
2. El nivel educativo de los padres
3. El género del bebé
4. La ocupación de los padres

5.

La segmentación por género es más útil cuando:

1. El producto es usado exclusivamente por un género
2. El producto es usado por ambos géneros por igual
3. El producto es para toda la familia
4. El producto es de lujo

6.

En la segmentación demográfica, la variable '__' divide el mercado en niños, adolescentes, adultos y adultos mayores.

Respuesta: _____

7.

¿Qué ventaja tiene la segmentación demográfica sobre otros tipos de segmentación?

1. Es fácil de medir y los datos suelen estar disponibles
2. Refleja la personalidad del consumidor
3. Se basa en las actitudes hacia los productos
4. Permite conocer las motivaciones de compra

8.

Una marca de automóviles de lujo segmenta su mercado por nivel de ingresos altos. ¿Qué variable demográfica utiliza?

1. Edad
2. Género
3. Ingresos
4. Nivel educativo

9.

La variable demográfica que clasifica a los individuos en solteros, casados, divorciados, etc., se denomina __.

Respuesta: _____

10.

¿Cuál de las siguientes combinaciones de variables demográficas es más útil para una empresa de paquetes turísticos para la tercera edad?

1. Edad avanzada y nivel de ingresos medio-alto
2. Género femenino y nivel educativo alto
3. Ocupación y estado civil
4. Nivel educativo y lugar de residencia

11.

La segmentación demográfica a menudo se combina con otros tipos de segmentación porque:

1. Por sí sola no explica el comportamiento de compra
2. Es demasiado costosa
3. No se puede medir con precisión
4. Solo sirve para productos básicos

12.

La variable '__' se refiere al máximo nivel de estudios completado por una persona (primaria, secundaria, universitaria).

Respuesta: _____

13.

¿Cuándo es menos efectiva la segmentación demográfica?

1. Cuando los consumidores dentro de un mismo grupo demográfico tienen gustos muy distintos
2. Cuando los datos demográficos son muy fáciles de obtener
3. Cuando el producto es de primera necesidad
4. Cuando el mercado es muy pequeño

14.

Una empresa que vende libros académicos segmenta por nivel educativo. ¿Qué ventaja obtiene?

1. Puede adaptar el contenido al conocimiento esperado del lector
2. Reduce el precio del libro
3. Aumenta la variedad de colores disponibles
4. Mejora la distribución geográfica

15.

La variable 'ocasión de compra' (Navidad, cumpleaños) pertenece a la segmentación:

1. Demográfica
2. Geográfica
3. Psicográfica
4. Conductual

16.

En la segmentación demográfica, agrupar a las personas según su trabajo o profesión se conoce como variable de __.

Respuesta: _____

17.

Un banco que ofrece cuentas jóvenes para personas de 18 a 25 años utiliza principalmente la variable:

1. Edad
2. Género
3. Ingresos
4. Estado civil

18.

¿Qué problema puede surgir al usar solo la segmentación demográfica?

1. Ignorar diferencias importantes en valores y preferencias dentro del mismo grupo demográfico
2. No poder medir variables como edad o ingresos
3. Necesitar grandes inversiones en publicidad
4. Limitar el mercado solo a un país

19.

La segmentación por 'tamaño de la familia' (número de miembros) es útil para productos como:

1. Paquetes de alimentos familiares
2. Automóviles deportivos
3. Perfumes de lujo
4. Teléfonos móviles de alta gama

20.

Al segmentar por nivel de ingresos, una empresa de productos premium debe dirigirse a consumidores con ingresos __.

1. Bajos
2. Medios
3. Altos
4. Variables