



SIERRA Y SELVA EXPORTADORA

*...Impulsamos la actividad económica de
las zonas rurales de la sierra y selva...*

26/junio/2023



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora



ÍNDICE

SEGMENTACIÓN Y TARGET EN LOS AGRONEGOCIOS

1. Introducción
2. Segmentación
3. Alcance
4. Posicionamiento
5. NSE en el Perú
6. Conclusiones



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

TEMA:

Segmentación, alcance y posicionamiento

SEGMENTACIÓN

Grupos de clientes
basados en necesidades
similares

Perfilar cada segmento



ALCANCE

Evaluar el atractivo de
cada segmento

Seleccionar los
segmentos objetivo



POSICIONAMIENTO

Definir la propuesta
de valor para los
segmentos objetivo

Elaborar un plan de acción

Harvard Business Publishing. Mercadeo. 2019

El proceso de mercadeo basado en la segmentación, el alcance y el posicionamiento identifica a los clientes potenciales de una empresa, selecciona en qué clientes debería centrarse y formula la propuesta de valor para sus objetivos



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Principales variables de segmentación para mercados de consumidores (B2C)

Geografía	País, región, ciudad, zona urbana/rural, clima
Demografía	Edad, ingresos, sexo, generación, estado civil, tamaño de la familia, empleo, educación, etnia, religión
Psicografía	Estilo de vida, personalidad, actividades, intereses, opiniones
Comportamiento	Tasa de utilización, fidelidad, conocimiento del producto, participación, oportunidad de compra, etapa de compra
Beneficios buscados	Comodidad, valor, seguridad, estatus



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Principales variables de segmentación para mercados de interempresariales (B2B)

Geografía	País, región, ciudad, zona urbana/rural
"Firmografía"	Sector, tamaño de la empresa, global/regional, propiedad
Modelo de compra	Compra centralizada o descentralizada, políticas de compra, participación de los tomadores de decisiones
Comportamiento	Volumen, frecuencia de compra, actitud frente al riesgo, fidelidad, urgencia
Beneficios buscados	Precio, calidad del producto, servicio, relación



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Segmentación de la Generación Y (81-96) en los Estados Unidos

En 2012, Boston Consulting Group (BCG) utilizó los estilos de vida de los consumidores para segmentar a la Generación Y de los Estados Unidos (personas en edades comprendidas entre los 16 y los 34 años en el momento del estudio) en seis segmentos distintos. BCG descubrió que, aunque todos los miembros de la Generación Y solían mostrar una sólida afinidad con la tecnología, diferían notablemente en sus actitudes y comportamientos



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Segmentación de la Generación Y (81-96) en los Estados Unidos

Generación Z
29%



“Puedo hacer del mundo un lugar mejor”.

- Consumidor cauto, conciencia global, aspiraciones benéficas y hambriento de información
- Usa mucho las redes sociales, pero no publica ni aporta contenido
- Sector fundamentalmente femenino, con empleos por debajo del promedio (muchos son estudiantes y amas de casa)

Gurú
tecnológico
13%



“Es un gran día para ser yo”.

- Personas exitosas, conectadas, de espíritu libre, seguras de sí mismas y a gusto
- Siente que esta es su mejor década
- Son los que más dispositivos poseen, publica y aporta contenido
- Sector fundamentalmente masculino, con empleos por encima del promedio, individuos solteros



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Segmentación de la Generación Y (81-96) en los Estados Unidos

Madre de la Generación Y 22%



*“Adoro hacer ejercicio,
viajar y mimar a mi bebé”.*

- Personas adineradas, familiares, aptas físicamente, seguras de sí mismas y con conocimientos informáticos
- Muy presentes en línea
- Muy sociables y hambrientas de información
- Pueden sentirse aisladas de los demás a causa de su rutina diaria
- De más edad y con mayores ingresos

Generación Y limpia y ecológica 10%



*“Cuido de mí mismo y del
mundo que me rodea”.*

- Individuos fáciles de impresionar, motivados por diversas causas, saludables, ecológicos y positivos
- Los que más contenido aportan, normalmente vinculado a sus causas
- Sector fundamentalmente masculino, muy joven, con mayor probabilidad de ser hispano, estudiantes a tiempo completo



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Segmentación de la Generación Y (81-96) en los Estados Unidos

Anti Generación Y 16%



“Estoy demasiado ocupado atendiendo mi negocio y mi familia como para preocuparme por otras cosas”.

- Individuos con mentalidad local y conservadora
- No gasta más por adquirir productos o servicios ecológicos
- Prima la comodidad y la familiaridad por encima de la emoción, el cambio o las alteraciones
- Sector con más probabilidades de ser femenino, hispano o procedente de estados occidentales de los Estados Unidos

Generación Y tradicional 10%



“La conexión en Facebook es demasiado impersonal. ¿Por qué no quedamos para tomar café?”

- Individuos no conectados, consumidores cautos y con aspiraciones benéficas
- Individuos seguros de sí mismos, independientes y autónomos
- Son los que menos tiempo pasan en línea, lee
- De más edad, con más probabilidades de ser hispanos



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Principales variables de segmentación para mercados de interempresariales (B2B)

Aunque estos segmentos son interesantes y diferentes en sus actitudes, para que resulten útiles, una empresa debe poder identificar y acceder con claridad a esos segmentos, y diseñar distintos productos y programas de mercadeo para cada segmento.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

TEMA

Selección de segmentos objetivo





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

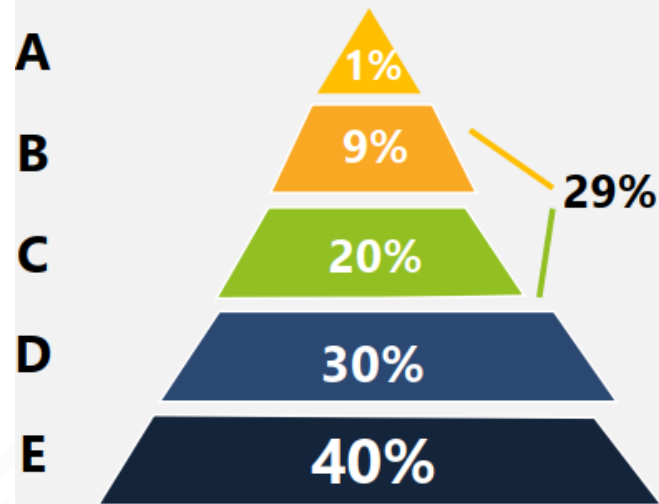


sierra y selva exportadora

Segmentación por NSE en Perú

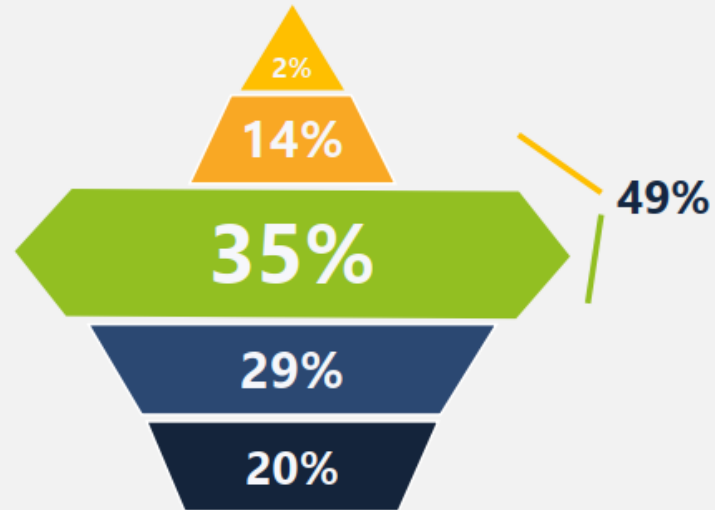
NSE Perú urbano (2000)

NSE Perú Urbano (2000)



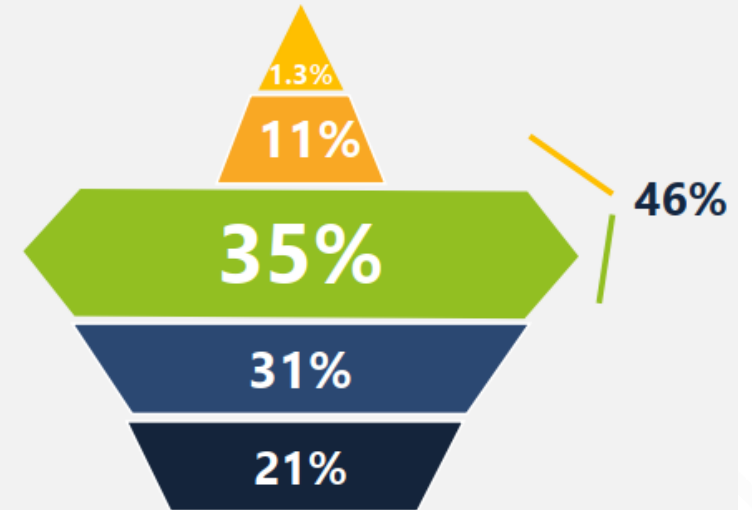
NSE Perú urbano (2020)

NSE Perú Urbano (2020)



NSE Perú urbano (2021)

NSE Perú Urbano (2021)



Fuente: APEIM 2021



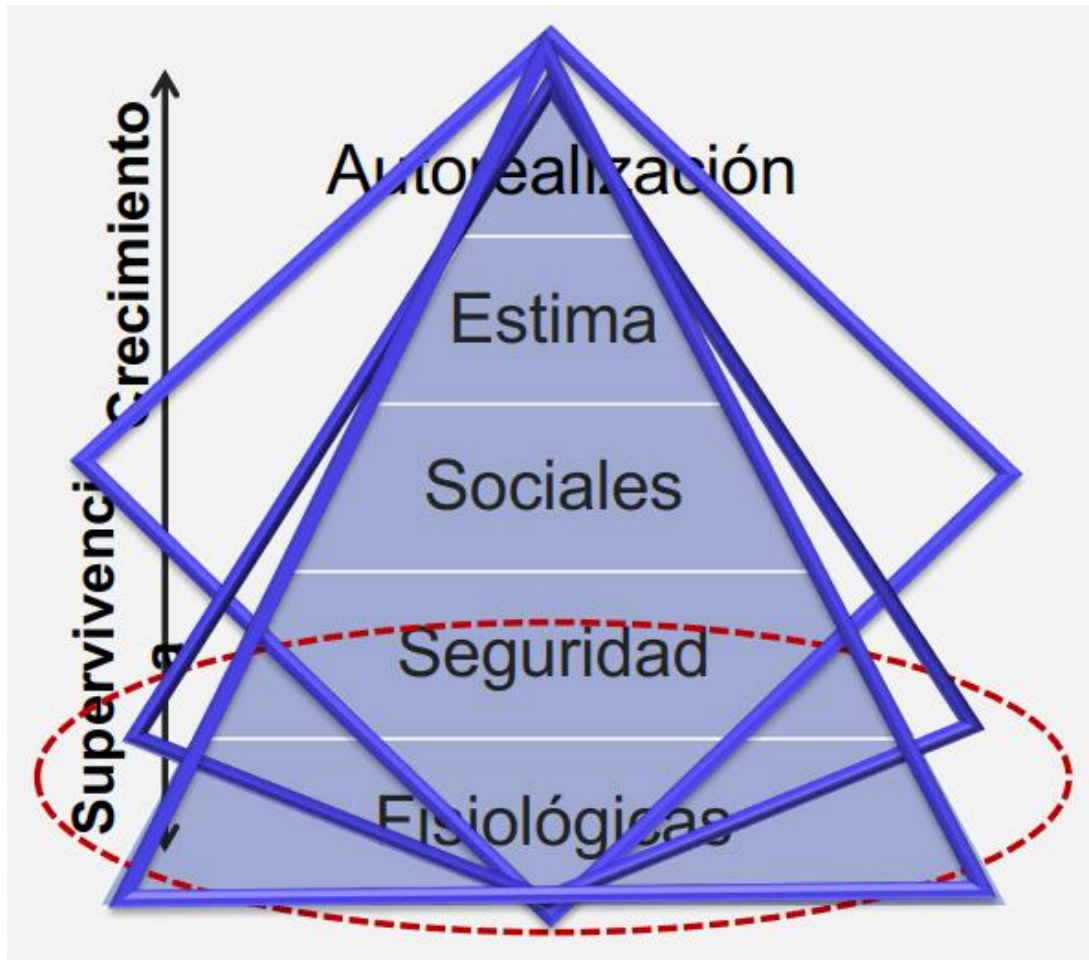
PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Mercado que pasa de necesidades a deseos





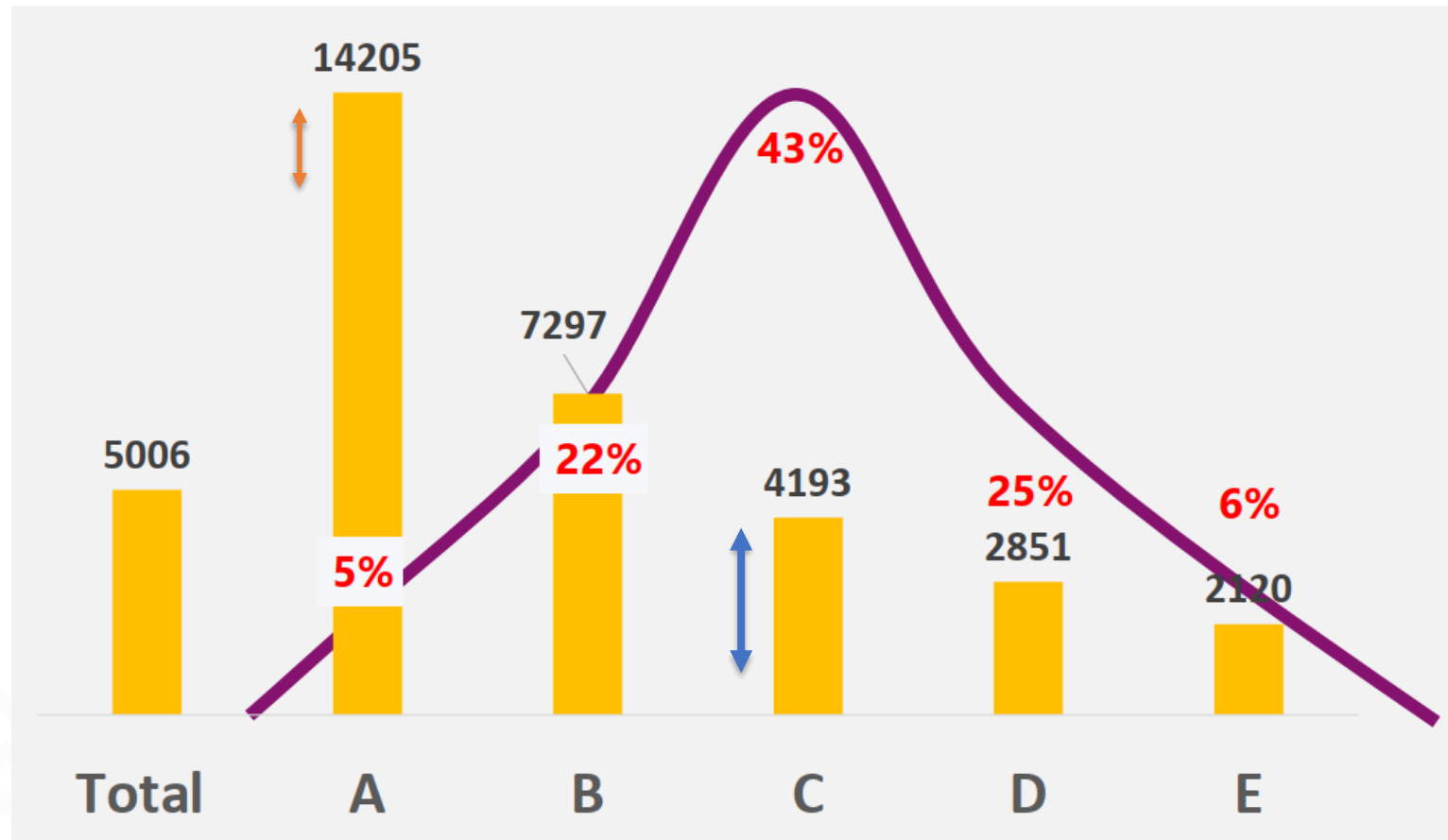
PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



sierra y selva exportadora

Ingreso Familiar Mensual - (SOLES. APEIM 2020)





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

El NSE no determina la capacidad de consumo o gasto

Eliminar los estereotipos,

que por la forma de vestir pensamos que tienen más o menos dinero.

Todas las personas son

potenciales clientes para la marca.



<https://elperuano.pe/noticia/124424-poblacion-del-peru-asciende-a-33-millones-35304-habitantes>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Se debe analizar los hábitos, comportamientos en los estilos de vida





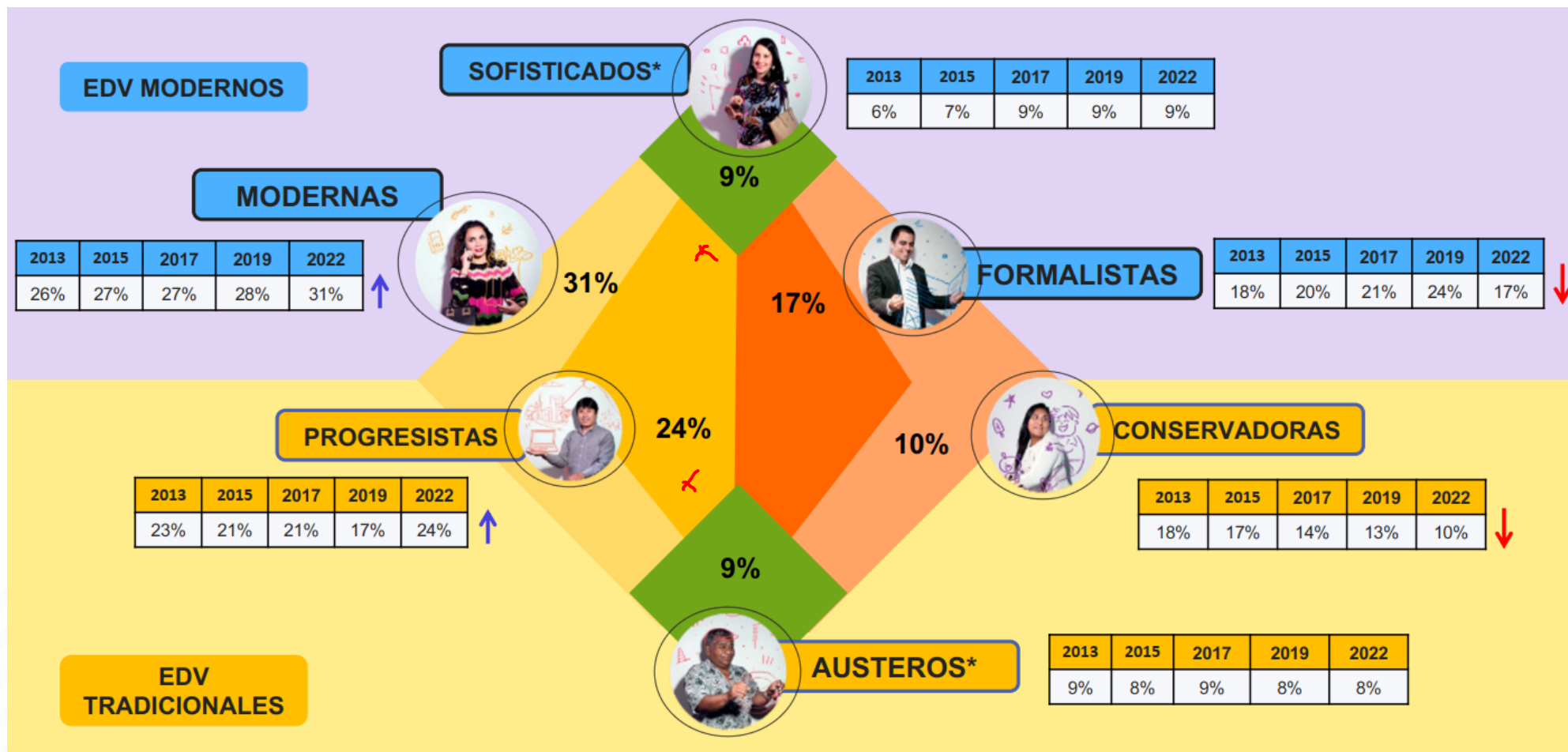
PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



sierra y selva exportadora

Los EDV son una gran oportunidad para innovar





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Los **EDV** son una gran oportunidad para innovar



<https://xn--alejandromuante-8qb.com/feliz-dia-de-la-familia-peruana/>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Definiciones

MODERNAS

Buscan **soluciones prácticas, rápidas, modernas, variedad de diseños (decorativo).**

Buscan deseabilidad social, estar **regias, estatus para ellas.**



<https://diariocorreo.pe/peru/que-tan-importante-es-la-imagen-para-la-mujer-moderna-588063/>

CONSERVADORAS

Buscan marcas **rendidoras, funcionales, tamaños.**

Desean sentirse **queridas por su familia, estatus para ellas y el hogar.**



<https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/las-conservadoras/>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

SOFISTICADOS

Buscan **calidad superior, estar a la vanguardia y con lo último en tecnología.**

Desean **eleva su estatus personal.**



<https://sp.depositphotos.com/stock-photos/hombre-sofisticado.html>

PROGRESISTAS

Buscan **productos rendidores y confiables.**
El producto es **símbolo de progreso para él y su hogar.**



<https://andina.pe/agencia/noticia-los-peruanos-se-consideran-perseverantes-optimistas-y-creativos-554742.aspx>

FORMALES

Buscan **calidad reconocida.**

Desean **mantener su estatus personal y mejorar su productividad** (adaptadores tardíos).



<https://andina.pe/agencia/noticia-mas-3-millones-personas-tiene-empleo-adecuado-lima-metropolitana-716593.aspx>



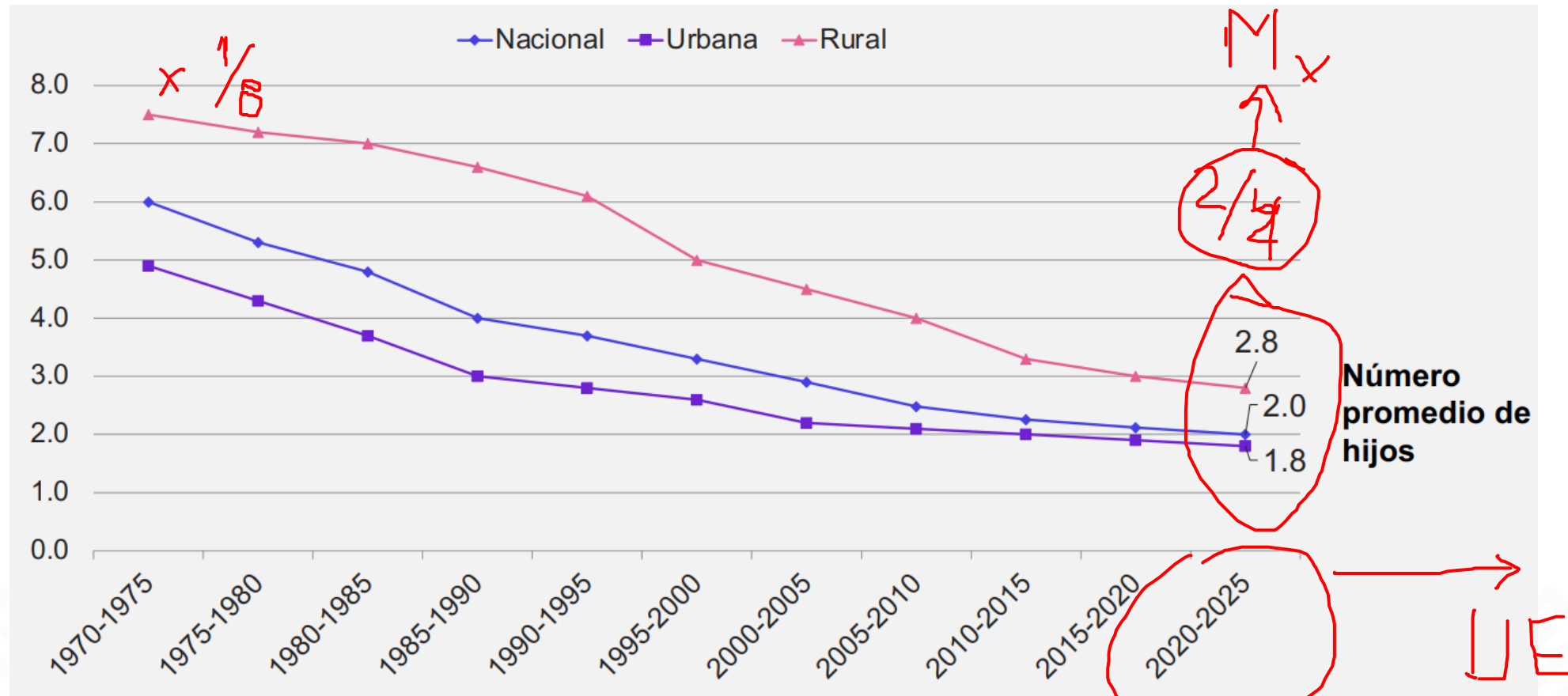
PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



sierra y selva exportadora

Familias en el Perú





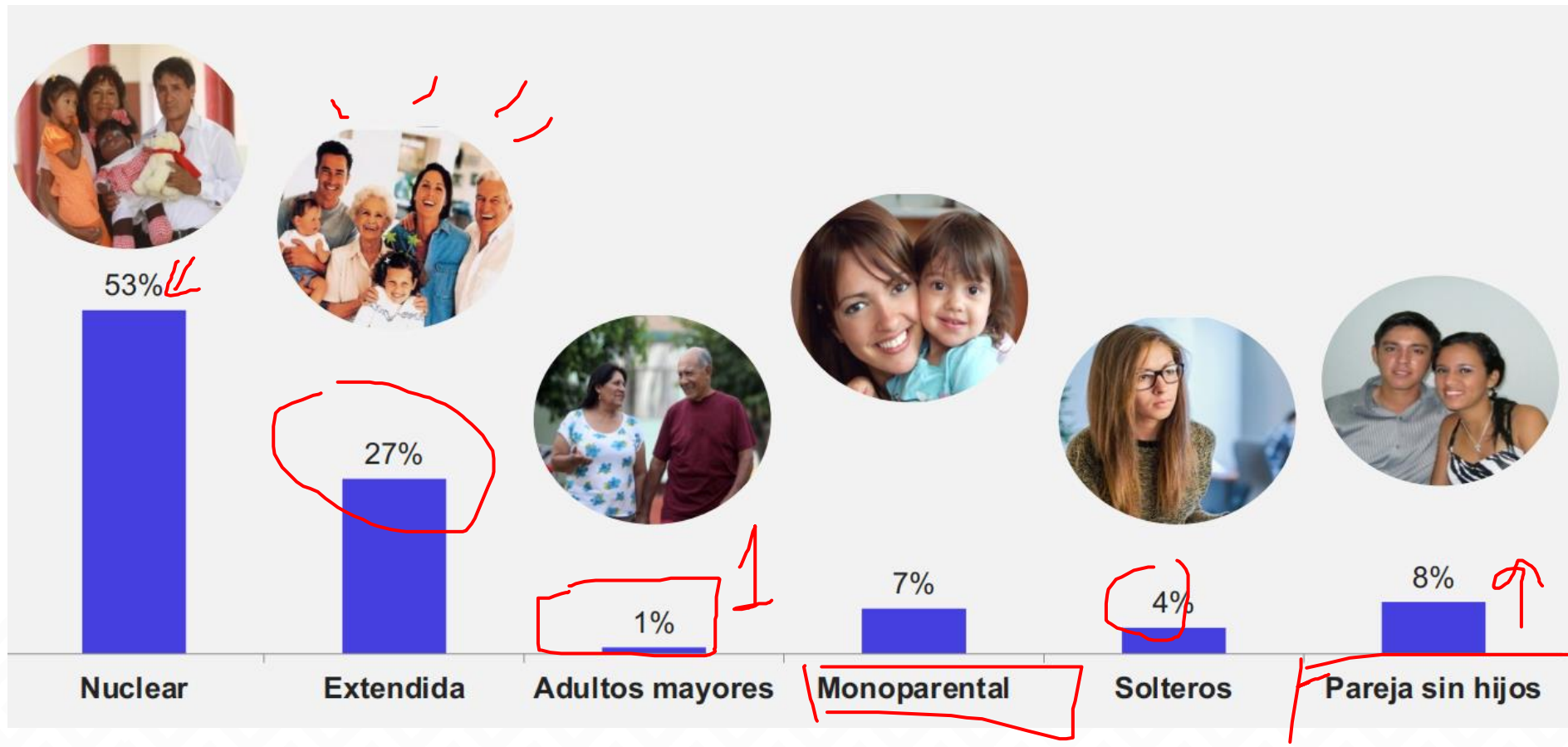
PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



sierra y selva exportadora

Hogares en el Perú





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

- Es una metodología importante utilizada en la investigación exploratoria. Suele ser el inicio de una investigación comercial, a fin de **adquirir conocimientos preliminares** sobre los problemas y las oportunidades de decisión.
- Tiene **carácter explicativo**, busca la comprensión de conductas. No pretende realizar análisis estadísticos ni describir numéricamente los resultados.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

- La Investigación Cualitativa (IC) permite profundizar en las motivaciones, actitudes y creencias de los individuos y poder comprender mejor su comportamiento.
- Es una metodología sin estructura que se basa en el estudio de muestras pequeñas, para obtener conocimientos y comprensión del entorno del problema.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

- Es inductiva, flexible, poco estructurada y de carácter abierto.
- No se basan en un proceso de muestreo.
- Sus conclusiones no son representativas ni extrapolables al total de la población, sirven de guía para otras investigaciones (l. cuantitativa).
- Sus resultados suelen referirse a variables de tipo psicológico o conductual, como opiniones, percepciones, actitudes, etc.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Procedimientos de la Investigación Cualitativa



GRACIAS



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



**sierra y selva
exportadora**



Gobierno del Perú



@sierraexportadora



@sierrayselvaexportadoraperu



@sierraexporta



Sierra y Selva Exportadora