# Segmentación Geográfica

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

---

**1.**

¿Qué es la segmentación geográfica?

1. Dividir el mercado según características personales como edad o género.
2. Dividir el mercado según criterios como región, clima o zona urbana/rural.
3. Dividir el mercado según el comportamiento de compra.
4. Dividir el mercado según los beneficios que busca el cliente.

**Respuesta correcta:**
**B.**

Dividir el mercado según criterios como región, clima o zona urbana/rural.

**2.**

¿Cuál de los siguientes NO es un factor geográfico de segmentación?

1. País
2. Edad
3. Clima
4. Región

**Respuesta correcta:**
**B.**

Edad

**3.**

La segmentación geográfica divide el mercado según ____.

Respuesta: _____

**Respuesta correcta:**

regiones geográficas

**4.**

Una empresa que vende chaquetas de invierno debería enfocar su marketing en zonas con:

1. Clima cálido
2. Clima templado
3. Clima frío
4. Clima tropical

**Respuesta correcta:**
**C.**

Clima frío

**5.**

¿Cuál de los siguientes ejemplos representa mejor una segmentación por tipo de zona (urbana/rural)?

1. Una marca de lujo que solo vende en grandes ciudades.
2. Una tienda de productos agrícolas que abre sucursales en capitales.
3. Una campaña publicitaria para jóvenes de 18 a 25 años.
4. Un supermercado que adapta su horario según la estación del año.

**Respuesta correcta:**
**A.**

Una marca de lujo que solo vende en grandes ciudades.

**6.**

La segmentación geográfica por clima puede basarse en la _____.

Respuesta: _____

**Respuesta correcta:**

temperatura

**7.**

Una marca quiere vender paraguas. ¿Qué variable de segmentación geográfica es más relevante?

1. La altitud de la región
2. El clima lluvioso de la zona
3. La densidad de población
4. El ingreso promedio de los habitantes

**Respuesta correcta:**
**B.**

El clima lluvioso de la zona

**8.**

¿Cuál es la principal diferencia entre segmentación geográfica y demográfica?

1. La geográfica usa datos de ubicación; la demográfica usa datos personales.
2. La geográfica es para empresas grandes; la demográfica para pequeñas.
3. La geográfica es cualitativa; la demográfica es cuantitativa.
4. La geográfica se usa en internet; la demográfica en tiendas físicas.

**Respuesta correcta:**
**A.**

La geográfica usa datos de ubicación; la demográfica usa datos personales.

**9.**

La segmentación geográfica permite adaptar ____ a las características de cada zona.

Respuesta: _____

**Respuesta correcta:**

estrategias de marketing

**10.**

¿Cuál de las siguientes NO es una ventaja de la segmentación geográfica?

1. Permite personalizar productos según el clima local.
2. Ayuda a reducir costos de distribución.
3. Garantiza el éxito en todos los mercados.
4. Facilita la comunicación con públicos específicos.

**Respuesta correcta:**
**C.**

Garantiza el éxito en todos los mercados.

**11.**

Una empresa divide el mercado en regiones: Norte, Sur, Este y Oeste. ¿Qué tipo de segmentación aplica?

1. Segmentación por comportamiento
2. Segmentación geográfica por región
3. Segmentación psicográfica
4. Segmentación por beneficios

**Respuesta correcta:**
**B.**

Segmentación geográfica por región

**12.**

Dividir un país en ____ es una forma común de segmentación geográfica.

Respuesta: _____

**Respuesta correcta:**

regiones

**13.**

Una empresa de bebidas gaseosas ofrece sabores distintos en cada país. Esto se debe a que la segmentación geográfica tiene en cuenta:

1. Las preferencias de sabor regionales
2. El costo de producción local
3. Las leyes de publicidad
4. La disponibilidad de ingredientes

**Respuesta correcta:**
**A.**

Las preferencias de sabor regionales

**14.**

¿Cuál es un desafío común de la segmentación geográfica?

1. Requiere datos de muchos clientes individuales.
2. Puede ignorar variaciones dentro de la misma zona.
3. Es demasiado costosa para empresas pequeñas.
4. Solo funciona para productos globales.

**Respuesta correcta:**
**B.**

Puede ignorar variaciones dentro de la misma zona.

**15.**

Para una empresa de turismo, la variable geográfica más importante es:

1. El idioma local
2. La altitud de las ciudades
3. El clima y las atracciones naturales
4. El tipo de gobierno

**Respuesta correcta:**
**C.**

El clima y las atracciones naturales

**16.**

La segmentación geográfica se puede combinar con la segmentación ____ para obtener perfiles más completos.

Respuesta: _____

**Respuesta correcta:**

demográfica

**17.**

Un negocio que vende quitanieves debería concentrar su marketing en:

1. Regiones con mucha nieve
2. Regiones costeras
3. Zonas desérticas
4. Áreas tropicales

**Respuesta correcta:**
**A.**

Regiones con mucha nieve

**18.**

La segmentación geográfica es una parte de la estrategia más amplia de:

1. Segmentación de mercado
2. Investigación de mercado
3. Publicidad masiva
4. Desarrollo de producto

**Respuesta correcta:**
**A.**

Segmentación de mercado

**19.**

¿Cuál de los siguientes es un ejemplo de microsegmentación geográfica?

1. Una cadena de cafeterías se enfoca en todo el país.
2. Una tienda de barrio analiza los códigos postales de sus clientes.
3. Una marca de ropa vende solo en el hemisferio norte.
4. Una aerolínea ofrece vuelos solo entre continentes.

**Respuesta correcta:**
**B.**

Una tienda de barrio analiza los códigos postales de sus clientes.

**20.**

Para aplicar segmentación geográfica, las empresas utilizan datos de _____ como censos o códigos postales.

Respuesta: _____

**Respuesta correcta:**

ubicación geográfica

**Respuestas**

1. **B.**

   Dividir el mercado según criterios como región, clima o zona urbana/rural.

2. **B.**

   Edad

3. regiones geográficas

4. **C.**

   Clima frío

5. **A.**

   Una marca de lujo que solo vende en grandes ciudades.

6. temperatura

7. **B.**

   El clima lluvioso de la zona

8. **A.**

   La geográfica usa datos de ubicación; la demográfica usa datos personales.

9. estrategias de marketing

10. **C.**

    Garantiza el éxito en todos los mercados.

11. **B.**

    Segmentación geográfica por región

12. regiones

13. **A.**

    Las preferencias de sabor regionales

14. **B.**

    Puede ignorar variaciones dentro de la misma zona.

15. **C.**

El clima y las atracciones naturales

16. demográfica
17. **A.**

    Regiones con mucha nieve

18. **A.**

    Segmentación de mercado

19. **B.**

    Una tienda de barrio analiza los códigos postales de sus clientes.

20. ubicación geográfica