

Segmentación de Mercado	Fuerzas de Porter	Relación / Impacto
<i>Demográfica</i>	Poder de Negociación de los Compradores (Clientes)	- Los diferentes grupos demográficos pueden tener preferencias y necesidades distintas, lo que puede influir en la demanda y el poder de negociación de los compradores.
	Rivalidad entre Competidores	- La segmentación demográfica puede dar lugar a la competencia entre empresas que buscan atender a grupos específicos de consumidores.
	Amenaza de Productos Sustitutos	- Los segmentos demográficos pueden ser más o menos susceptibles a la sustitución de productos, lo que afecta la amenaza de sustitución.
<i>Geográfica</i>	Poder de Negociación de los Proveedores	- La ubicación geográfica puede influir en la disponibilidad y costos de los proveedores, afectando así el poder de negociación.
	Amenaza de Nuevos Entrantes	- En algunos lugares, las barreras de entrada pueden ser más altas debido a regulaciones locales o costos logísticos, lo que afecta la amenaza de nuevos competidores.
<i>Psicológica</i>	Rivalidad entre Competidores	- Los grupos psicográficos pueden tener preferencias de marca y lealtad que influyen en la rivalidad entre competidores.
	Poder de Negociación de los Compradores (Clientes)	- Los grupos psicográficos pueden estar dispuestos a pagar más por características específicas del producto, lo que afecta el poder de negociación de los compradores.
<i>Conductual</i>	Poder de Negociación de los Compradores (Clientes)	- Los comportamientos de compra y fidelidad del cliente pueden influir en su poder de negociación
	Amenaza de Productos Sustitutos	Los patrones de comportamiento de compra pueden determinar la amenaza de productos sustitutos.
<i>Segmentación por necesidades</i>	Poder de Negociación de los Proveedores	- Las necesidades específicas de los segmentos pueden requerir proveedores especializados, afectando el poder de negociación.
	Amenaza de Nuevos Entrantes	- En mercados con necesidades altamente especializadas, la amenaza de nuevos entrantes puede ser baja debido a la experiencia requerida.
<i>Segmentación por beneficios</i>	Amenaza de Productos Sustitutos	- Los beneficios buscados por los consumidores pueden determinar la amenaza de productos sustitutos.
	Rivalidad entre Competidores	Las empresas pueden competir en función de la oferta de beneficios específicos, lo que afecta la rivalidad.
<i>Tecnográfica</i>	Poder de Negociación de los Proveedores	- La segmentación tecnológica puede influir en la disponibilidad de proveedores especializados en tecnología, lo que afecta el poder de negociación.
	Amenaza de Nuevos Entrantes	- En mercados tecnológicos, la entrada de nuevos competidores puede depender de la inversion en investigacion y desarrollo, afectando la amenaza de nuevos entrantes