DISTRITO MODA RISARALDA

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA

Selección de mercados

22 de agosto de 2025

Vanessa Báez Morales

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA



Agenda

- Conozcámonos
- ¿Qué es la segmentación?
- Tipos de segmentación
- Tipos de investigación
- Metodologías y herramientas
- Cierre y conclusiones

DISTRITO MODA RISARALDA



Icebreaker y Autodiagnóstico:

El primer paso para segmentar es reconocer dónde estamos

Ejercicio 1

Hecho en Risaralda · DEPARTAMENTO DE RISARALDA · inexmoda CONOCE. CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA

¿Quién soy?

- Vengo del mundo del **go to market, los nuevos negocios, la circularidad y regeneración** en la moda.
- Cofundadora de SLOW soluciones de reciclaje textil una empresa de **gestión y transformación de residuos textiles** y SLOW Resale un market place para **circular los saldos de colección de diseñadores** y marcas locales.
- También he trabajado con grandes empresas y creado mi propio negocio
- Hoy también lidero y asesoro proyectos y empresas que impulsan la **circularidad, el diseño consciente y la regeneración en la cadena de valor**.



VANESSA BÁEZ MORALES

LinkedIn: Vanessa Báez Morales | @vanessabaez | @slow_reciclajetextil | @slow_resale

Hecha en Risaralda · DEPARTAMENTO DE RISARALDA · inexmoda CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA

¿Qué es la segmentación?

El objetivo no es excluir, sino **enfocar esfuerzos**

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA

Segmentar

un mercado es el proceso de **dividir un conjunto amplio y heterogéneo de consumidores en grupos más pequeños y homogéneos**, que comparten características, necesidades, motivaciones o comportamientos similares.

Conectar

Diseñar

Comunicar



Hecho en Risaralda · Departamento de Risaralda · inexmoda CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA



Objetivos

Producto: crear productos atractivos y exitosos para cumplir con las necesidades de nuestro público.

Precio: establecer el precio adecuado, lo que mi público esta dispuesto a pagar.

Promoción: personalizar promociones pata hacerlas únicas y atractivas para nuestro público.

Plaza: elegir el mejor canal de atención para ofrecer nuestro producto al segmento de consumidores.

DISTRITO MODA RISARALDA

Principios y beneficios

Definición estratégica

Abordaje particular

Oferta o demanda

Cualitativa o cuantitativa

- Orientación al cliente
- Mejora las campañas de marketing
- Optimiza recursos de la organización
- Mayor crecimiento
- Mejora la experiencia del cliente
- Atrae más clientes potenciales
- Diferenciación vs la competencia



Hecho en Risaralda · Departamento de Risaralda · inexmoda CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA



Casos aplicados:

Rappi

TOÏTO

agua bendita

STUDIO F

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA

Tipos de segmentación

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

Métodos tradicionales

(Segmentación desde la demanda)

Demográfico

Edad, género, nivel educativo, ingreso, estado civil.



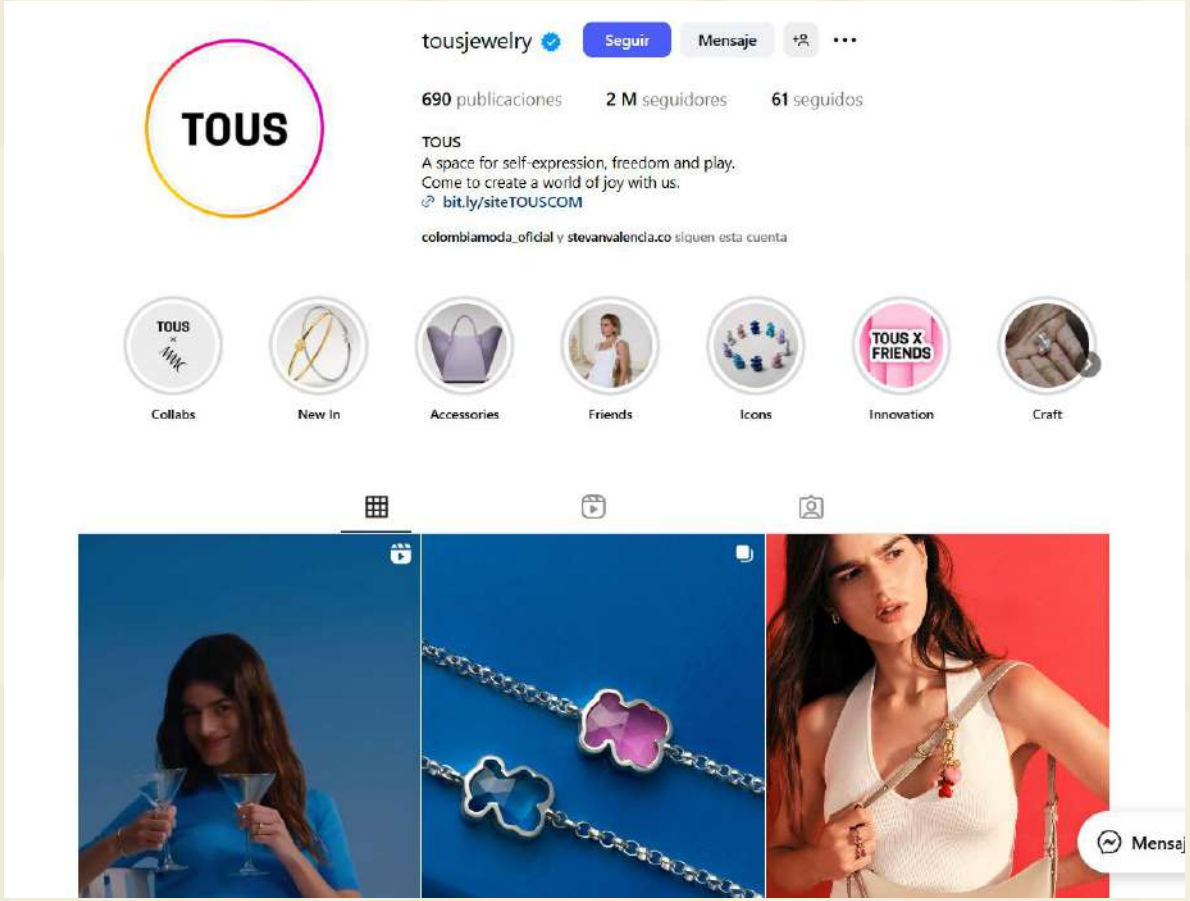


Métodos tradicionales

(Segmentación desde la demanda)

Geográfico

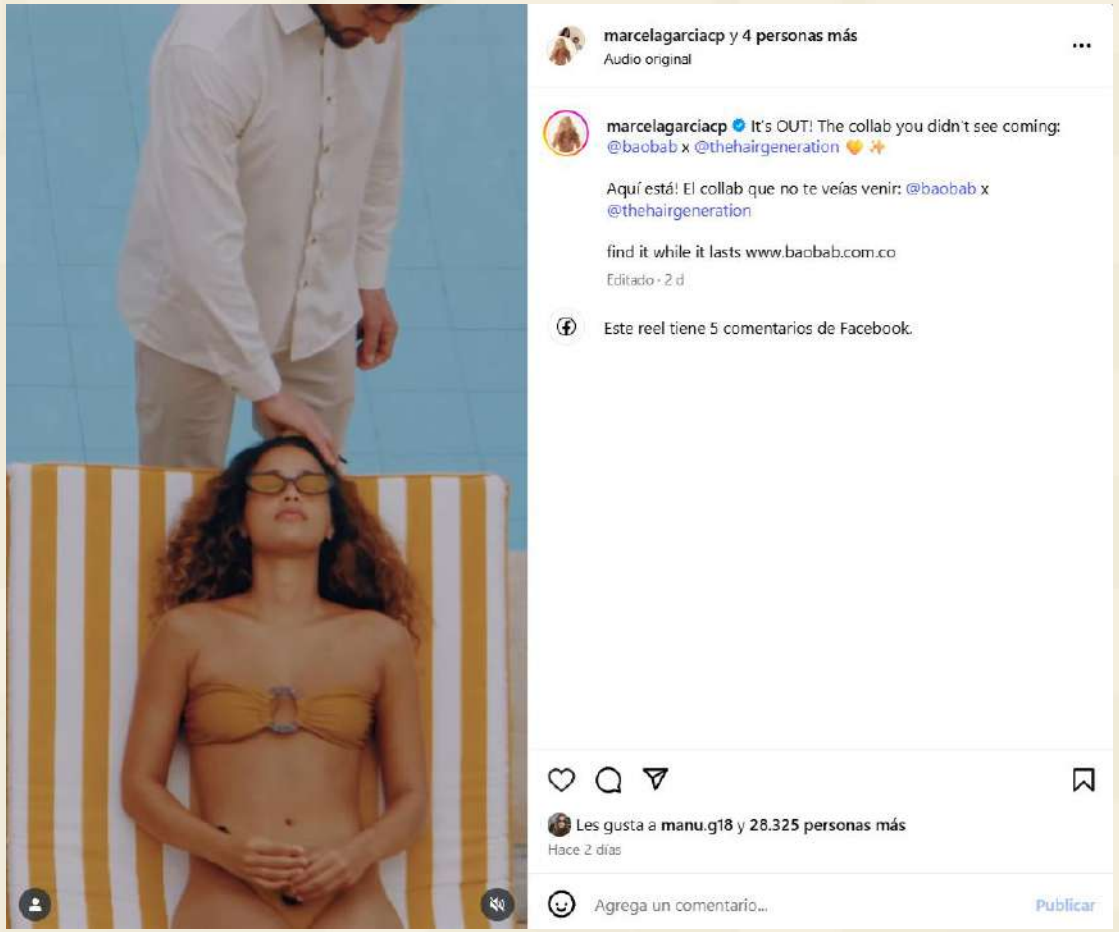
Ubicación, clima, región, tamaño de la ciudad.



Métodos tradicionales
(Segmentación desde la demanda)

Psicográfico

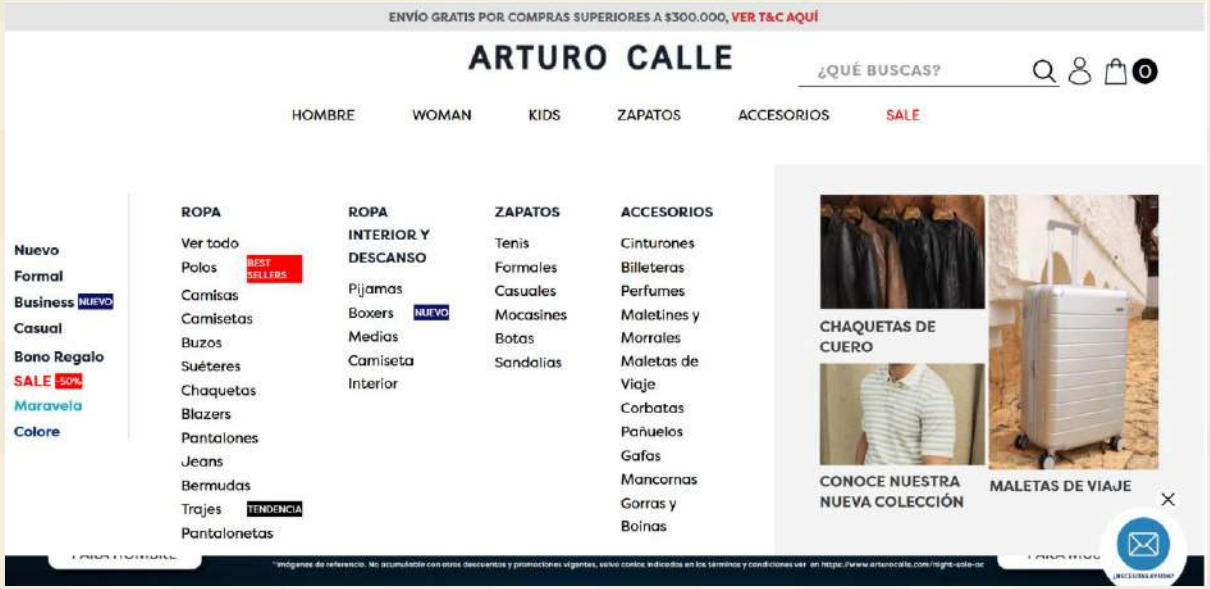
Estilo de vida, valores, personalidad, intereses



Métodos tradicionales
(Segmentación desde la demanda)

Conductual

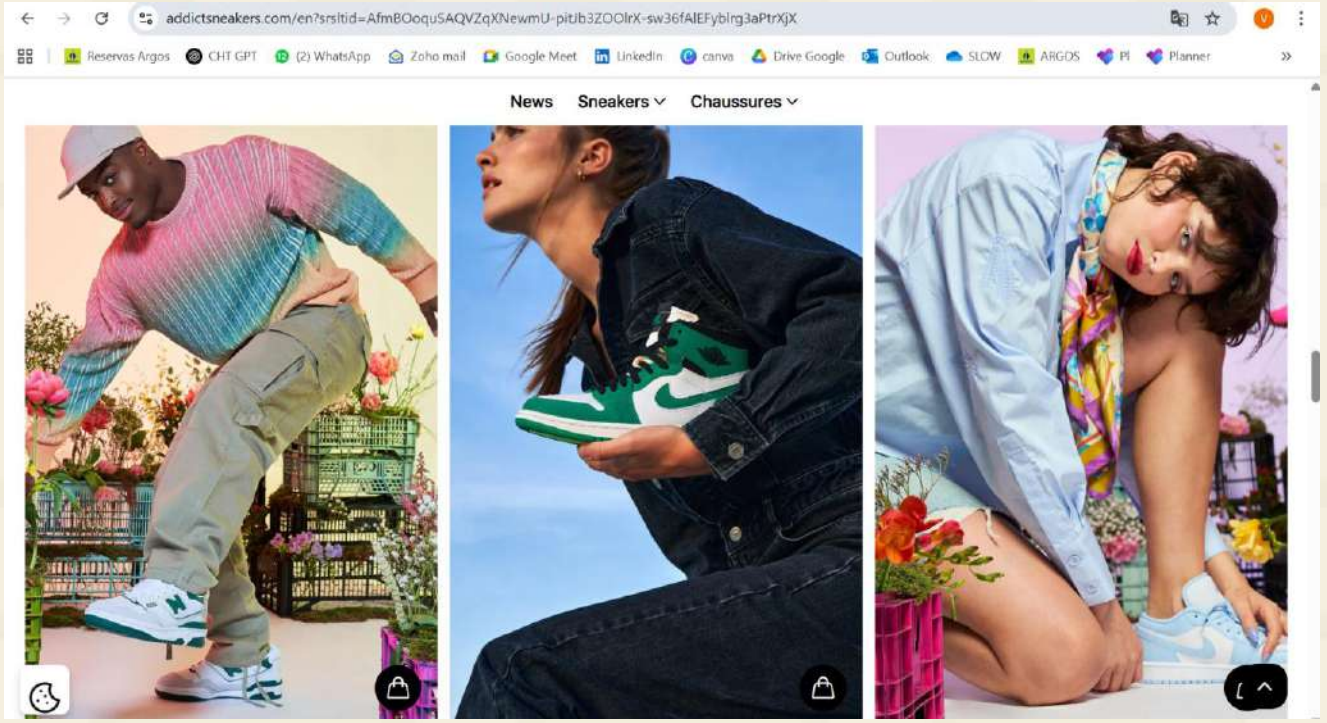
Hábitos de compra, uso del producto, lealtad a la marca, ocasiones de consumo.



Métodos actuales
(Nuevas formas de Segmentación)

Tribus de consumo

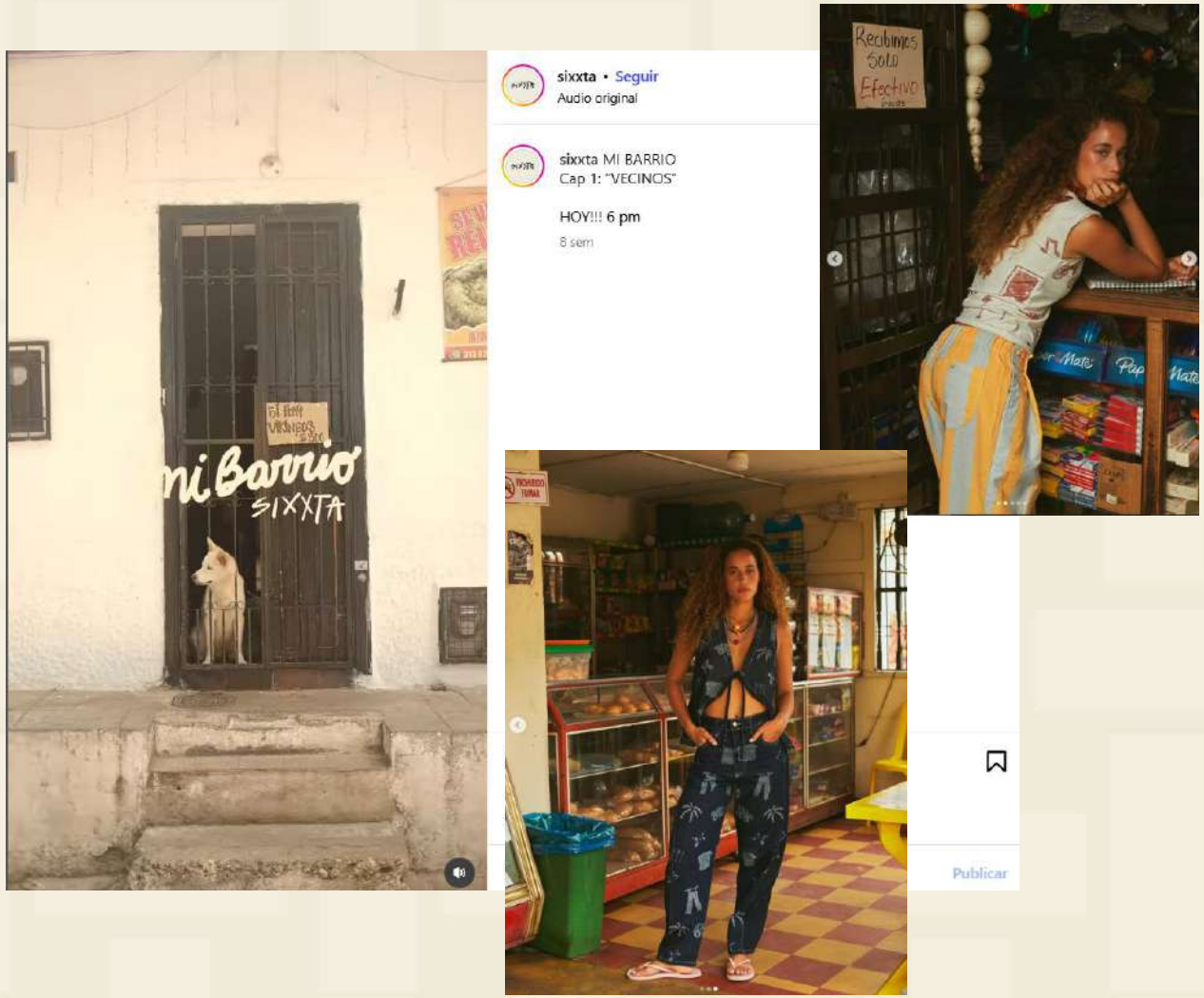
Grupos unidos por intereses comunes y afinidades culturales, más allá de edad o geografía.



Métodos actuales
(Nuevas formas de Segmentación)

Estilos de vida

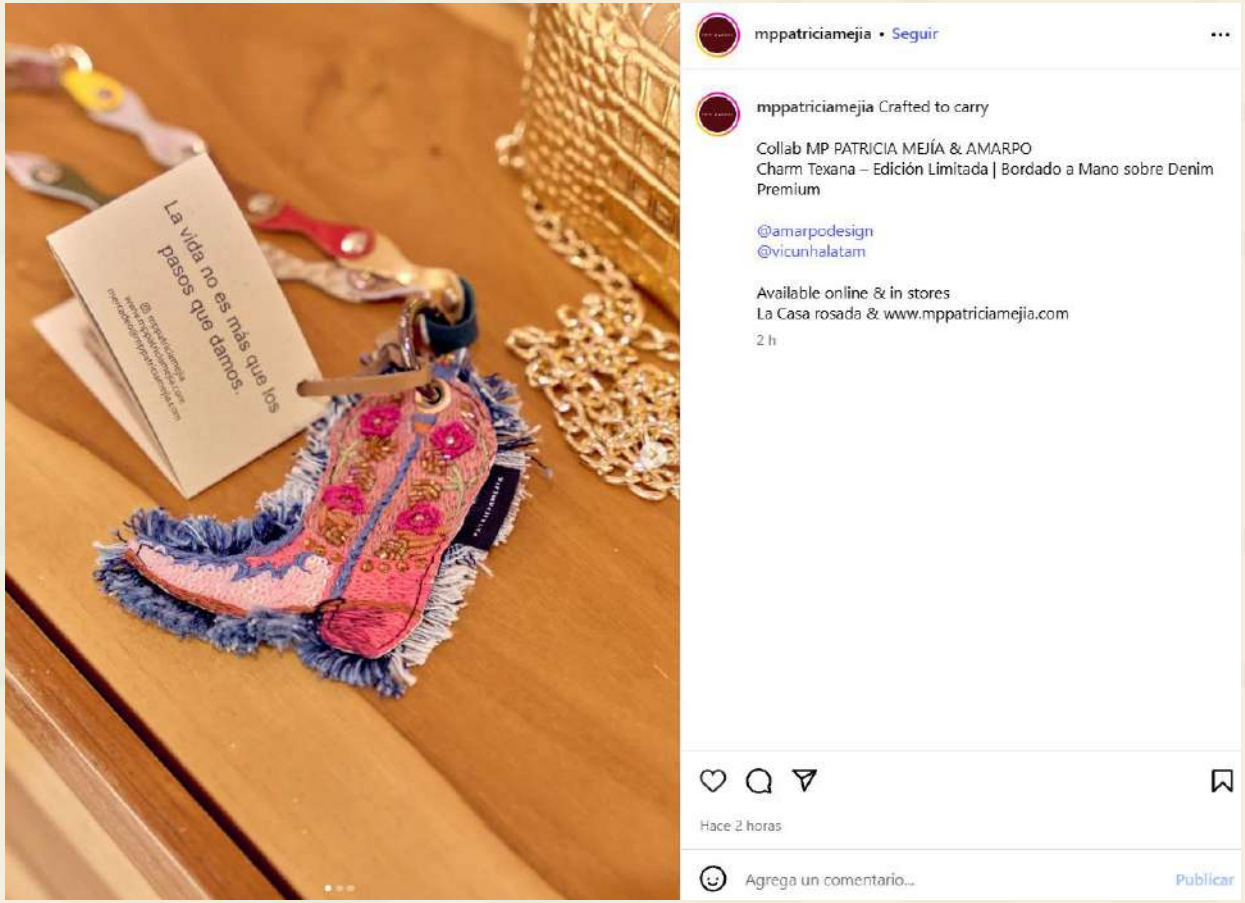
Forma en la que las personas viven, consumen y expresan su identidad.



Métodos actuales
(Nuevas formas de Segmentación)

Motivaciones emocionales

Conectar con las emociones profundas que guían la compra.



DISTRITO MODA RISARALDA

Ejercicio 2

Cada marca completa una ficha del arquetipo simbólico con estos bloques:

- Nombre del segmento → creativo, fácil de recordar.
- Descripción corta → edad, estilo de vida, aspiraciones.
- Emoción principal → (ej: libertad, estatus, pertenencia, seguridad, seducción).
- Frase que representaría a ese cliente → ejemplo: “Compro para mostrar mi autenticidad al mundo”.
- Canales en los que este cliente vive → (Instagram, ferias, retail, boca a boca).



Perfil del cliente

Darle vida a mi consumidor

Ejercicio 2

DISTRITO MODA RISARALDA

Técnicas de investigación

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA



DISTRITO MODA RISARALDA

Cualitativas

(exploran motivaciones, emociones y percepciones)

Entrevistas en profundidad
Grupos focales
Observación etnográfica
Netnografía (etnografía digital)

Cuantitativas

(miden patrones y tamaños de segmentos)

Encuestas estructuradas
Análisis de bases de datos (CRM, POS, e-commerce)
Análisis de cluster (estadístico)
Pruebas A/B

Hecho en Risaralda · Departamento de Risaralda · inexmoda Conoce, conecta y transforma

DISTRITO MODA RISARALDA

Metodologías y herramientas

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

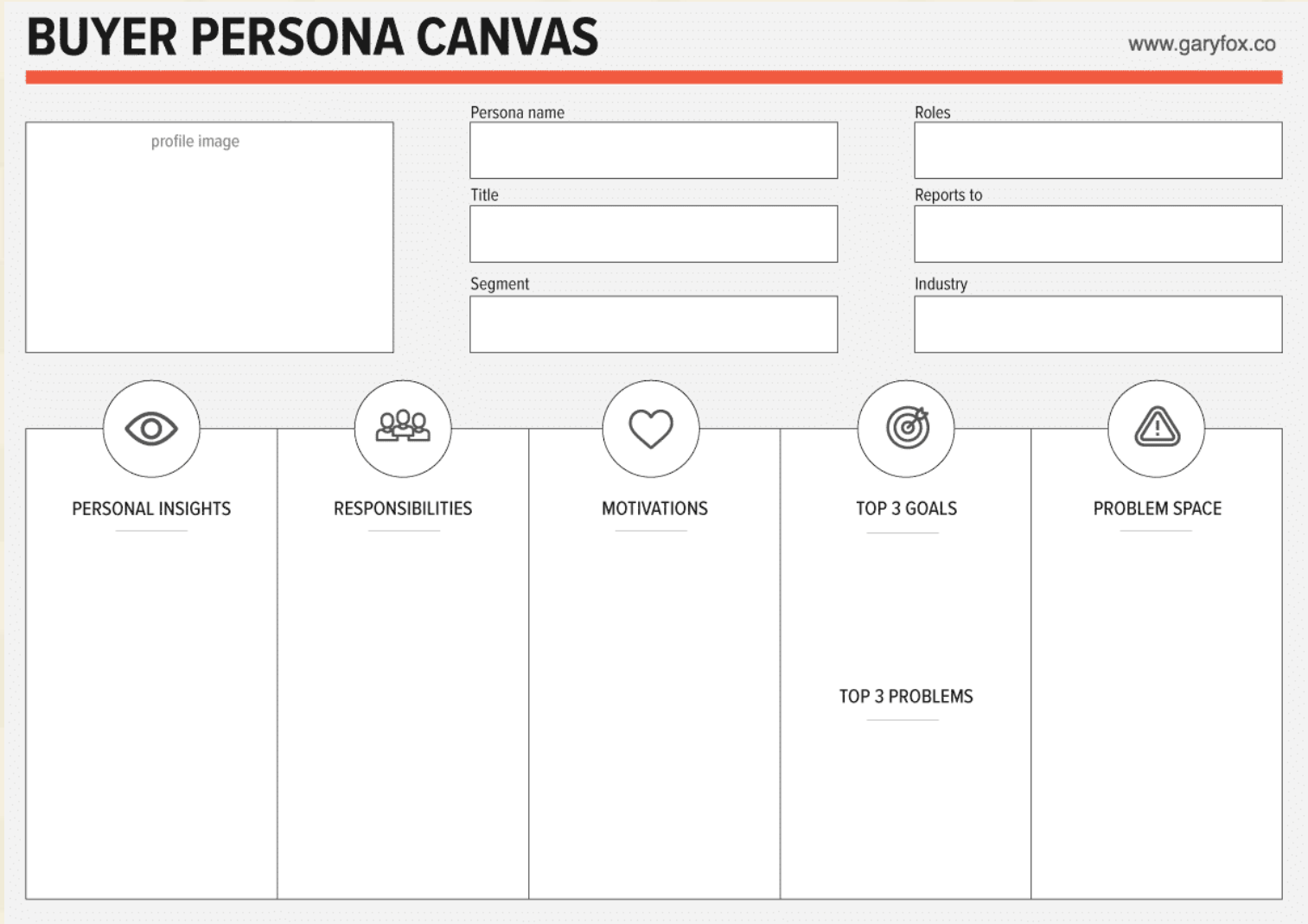
Las más usadas

- Mapa de empatía.



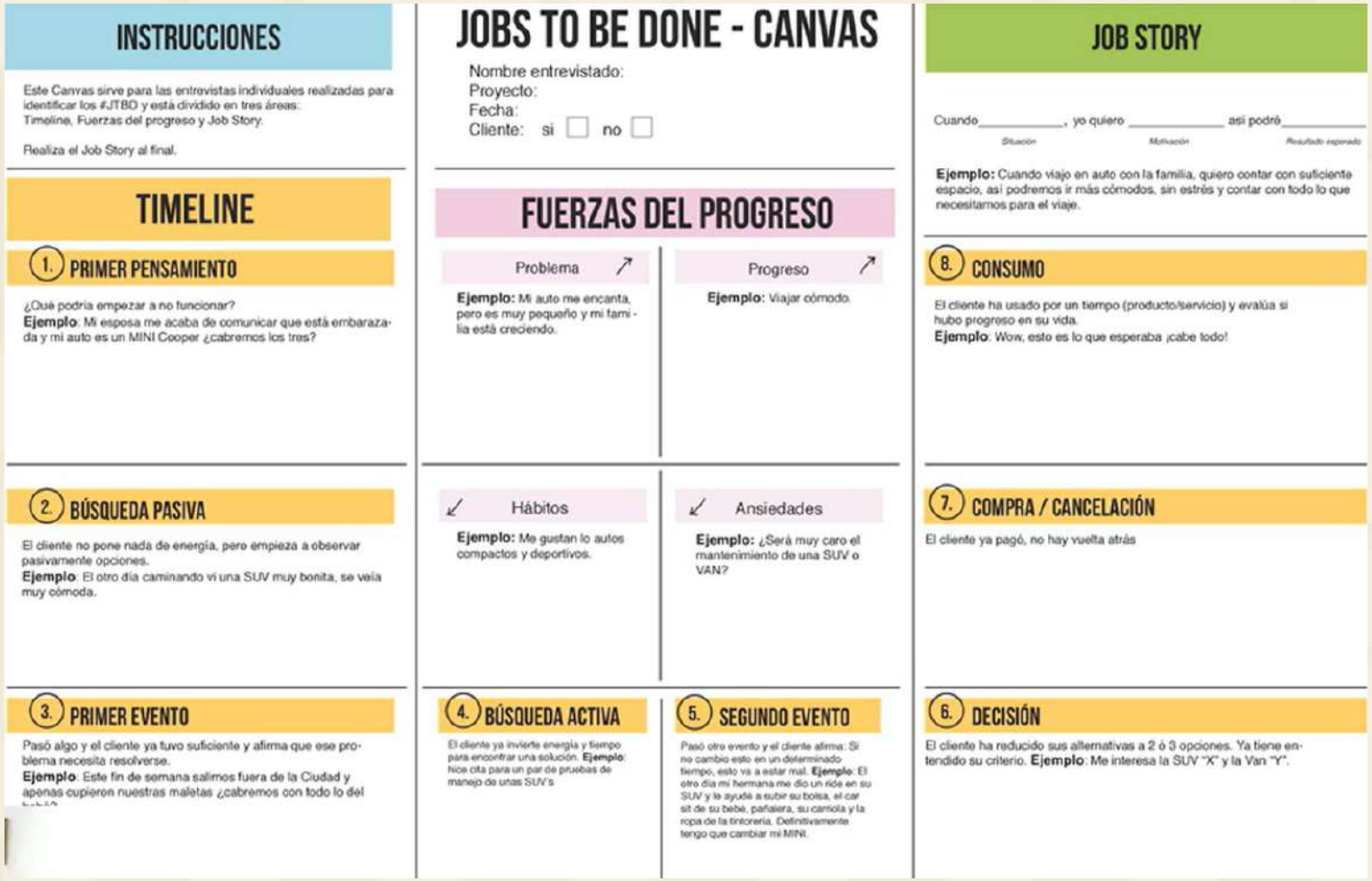
Las más usadas

- Buyer persona canvas.



Las más usadas

- Jobs To Be Done (¿qué “trabajo” hace mi producto por el cliente?).



INSTRUCCIONES

Este Canvas sirve para las entrevistas individuales realizadas para identificar los #JTBD y está dividido en tres áreas: Timeline, Fuerzas del progreso y Job Story.

Realiza el Job Story al final.

JOBS TO BE DONE - CANVAS

Nombre entrevistado:
Proyecto:
Fecha:
Cliente: si ☐ no ☐

JOB STORY

Cuando_____, yo quiero _____ así podré_____
Situación *Motivación* *Resultado esperado*

Ejemplo: Cuando viajo en auto con la familia, quiero contar con suficiente espacio, así podremos ir más cómodos, sin estrés y contar con todo lo que necesitamos para el viaje.

TIMELINE

1. PRIMER PENSAMIENTO

¿Qué podría empezar a no funcionar?
Ejemplo: Mi esposa me acaba de comunicar que está embarazada y mi auto es un MINI Cooper ¿cabremos los tres?

2. BÚSQUEDA PASIVA

El cliente no pone nada de energía, pero empieza a observar pasivamente opciones.
Ejemplo: El otro día caminando vi una SUV muy bonita, se veía muy cómoda.

3. PRIMER EVENTO

Pasó algo y el cliente ya tuvo suficiente y afirma que ese problema necesita resolverse.
Ejemplo: Este fin de semana salimos fuera de la Ciudad y apenas cupieron nuestras maletas ¿cabremos con todo lo del

FUERZAS DEL PROGRESO

Problema ↗

Ejemplo: Mi auto me encanta, pero es muy pequeño y mi familia está creciendo.

Progreso ↗

Ejemplo: Viajar cómodo.

↙ Hábitos

Ejemplo: Me gustan lo autos compactos y deportivos.

↙ Ansiedades

Ejemplo: ¿Será muy caro el mantenimiento de una SUV o VAN?

4. BÚSQUEDA ACTIVA

El cliente ya invierte energía y tiempo para encontrar una solución. **Ejemplo**: hice cita para un par de pruebas de manejo de unas SUV's

5. SEGUNDO EVENTO

Pasó otro evento y el cliente afirma: Si no cambio esto en un determinado tiempo, esto va a estar mal. **Ejemplo**: El otro día mi hermana me dio un ride en su SUV y le ayudé a subir su bolsa, el car sit de su bebé, pañalera, su carriola y la ropa de la tintorería. Definitivamente tengo que cambiar mi MINI.

JOB STORY

8. CONSUMO

El cliente ha usado por un tiempo (producto/servicio) y evalúa si hubo progreso en su vida.
Ejemplo: Wow, esto es lo que esperaba ¡cabe todo!

7. COMPRA / CANCELACIÓN

El cliente ya pagó, no hay vuelta atrás

6. DECISIÓN

El cliente ha reducido sus alternativas a 2 ó 3 opciones. Ya tiene entendido su criterio. **Ejemplo**: Me interesa la SUV "X" y la Van "Y".

DISTRITO MODA RISARALDA

Historia de compra

Reto de segmentación

Hecho en Risaralda

DEPARTAMENTO DE RISARALDA

inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA



Customer Journey Map

Ejercicio 3

Entre todos vamos a definir el Customer Jouney Map de una marca de moda, accesorios y calzado.

Hecho en Risaralda · DEPARTAMENTO DE RISARALDA · inexmoda CONOCE. CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA

“

Segmentar no es limitarse, es **abrir la puerta a oportunidades más claras** y relaciones más fuertes con quienes creen en nuestra marca.

Hecha en Risaralda · Departamento de Risaralda · inexmoda CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA

DISTRITO MODA RISARALDA

¡Gracias!

Vanessa Báez Morales
vaneba4@hotmail.com
310 498 27 13

Hecho en Risaralda
DEPARTAMENTO DE RISARALDA
inexmoda CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA