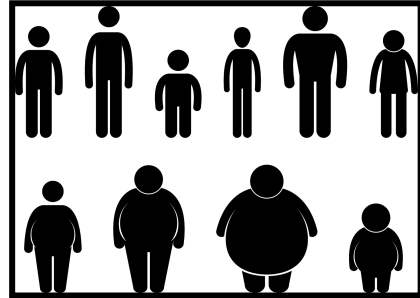


2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

El mercado al que se dirige la empresa es:

- Reducido (mercado de nichos).
- Características de los clientes:
 - De cualquier edad.
 - Poder adquisitivo medio o alto.
 - Físico determinado.



- En un futuro se pretende acceder a todo el mercado (masivo), por lo que se sustituirá la fabricación de ropa de tallas grandes por ropa de todas las tallas.

