

## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

### **Factores**

- Estilo de Vida Alto.
- Hábitos de compra en productos con valor de marca exclusiva.
- Sensibilidad hacia el gusto de productos con individualismo.
- Accesibilidad a puntos de distribución exclusivos.
- Consumismo por clientes dominantes, planificadores y confiados.
- Factor político (Círculo Social) Perteneciente.
- Factor Climático: El producto cuenta con una distribución en climas distintos, debido a su calidad este producto puede ser utilizado en todos los tipos de clima.

### **Perfil Socioeconómico**

- Rango de edad: 45-75
- Nivel Socioeconómico.
- Sexo: Masculino y Femenino.
- Empresario Líder.
- Poder adquisitivo de \$100,000 (1,500 salarios mínimos área geográfica A)
- Exclusividad.
- Distinción.
- Reconocimiento.
- Pertenecer a un selecto grupo.
- Individualidad.
- Estatus.
- Elegancia.
- Formalidad.

### **Perfil por personalidad**

- Gusto por la distinción.
- Gusto por productos con individualidad.
- Parte de grupos de alta sociedad.
- Gusto por la política.
- Experimentados.