

3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Características Demográficas y Socioeconómicas:

- Edad: Niños, adolescentes, adultos jóvenes y adultos mayores.
- Género: Sin restricciones, pero con diseño y marketing adaptados a ambos géneros.
- Ingresos: Gama básica para ingresos bajos, gama media para ingresos estables y gama premium para clientes de alto poder adquisitivo.
- Educación: Sin restricciones específicas, pero adaptación en el marketing según niveles educativos.
- Profesión: Enfoque en estilos de vida activos, deportistas acuáticos y amantes de la naturaleza.
- Residencia: Adaptación a diferentes entornos geográficos y tipos de agua.

Segmentos de Clientes:

- Niños y Familias: Enfoque en características de seguridad adicionales y diseños atractivos.
- Deportistas Acuáticos: Desarrollo de productos de alto rendimiento y patrocinios en eventos deportivos.
- Usuarios Ocasionales: Ofrecer modelos ligeros y fáciles de usar.
- Clientes Premium: Introducir características exclusivas y tecnología avanzada.

Compradores de los Productos:

- Consumidores Finales: Principalmente individuos y familias que buscan soluciones de seguridad acuática.
- Empresas: Colaboración con instituciones educativas, parques acuáticos u organizaciones deportivas para trajes específicos.

Usuarios de los Productos:

- Niños y Adultos: Utilizan los trajes durante actividades acuáticas para garantizar la seguridad.
- Deportistas Acuáticos: Dependiendo del segmento, utilizan los trajes para mejorar su rendimiento en deportes acuáticos.

Tomadores de Decisiones en el Proceso de Compra:

- Padres de Familia: En el caso de productos para niños, influyen en la decisión de compra, buscando la seguridad de sus hijos.
- Deportistas y Entusiastas Acuáticos: Toman decisiones basadas en el rendimiento y las características específicas para sus actividades acuáticas.
- Clientes Premium: Buscan la última tecnología y características exclusivas, influyendo en la decisión de compra por la innovación.

