

SEGMENTACIÓN

1. Segmentación Demográfica

- **Edad:**
 - Jóvenes (15-24 años): estudiantes, buscan estilos modernos y tendencias.
 - Adultos jóvenes (25-34 años): profesionales interesados en calidad y funcionalidad.
 - Adultos mayores (35-50 años): prefieren comodidad, durabilidad y tecnología avanzada.
- **Género:**
 - Hombres: para el rendimiento deportivo o estilo casual.
 - Mujeres: buscan diseño, comodidad y modas específicas.
- **Nivel de ingresos:**
 - Ingresos altos: dispuestos a pagar por marcas exclusivas o tecnologías avanzadas.
 - Ingresos medios: valoran la relación calidad-precio.

2. Segmentación Psicográfica

- **Estilo de vida:**
 - Deportistas: corredores, jugadores de baloncesto, senderistas, etc., enfocados en el rendimiento.
 - Fashionistas: buscan modelos innovadores y únicos.
 - Sostenibles: interesados en zapatillas ecológicas o materiales reciclados.
- **Valores y actitudes:**
 - Innovadores tecnológicos: atraídos por las últimas tecnologías en calzado.
 - Buscadores de bienestar: priorizan la salud del pie.

3. Segmentación Geográfica

- **Ubicación:**
 - Urbanos: prefieren diseños versátiles y aptos para el día a día.

- o Suburbanos o rurales: valoran la durabilidad y las tecnologías adaptativas para terrenos variados.
- **Clima:**
 - o Zonas cálidas: modelos ligeros y transpirables.
 - o Zonas frías: calzado resistente al agua y con aislamiento.

4. Segmentación Comportamental

- **Frecuencia de compra:**
 - o Compradores frecuentes: clientes fieles, posiblemente en programas de recompensas.
 - o Compradores ocasionales: compran cuando necesitan reemplazar un producto.
- **Uso del producto:**
 - o Zapatillas para deporte específico: correr, entrenamiento, baloncesto, etc.
 - o Zapatillas para uso casual o trabajo.
- **Lealtad a la marca:**
 - o Fieles: prefieren marcas específicas.
 - o Exploradores: les gusta probar nuevas marcas y tecnologías.

5. Segmentación Tecnológica

- **Interacción con la tecnología:**
 - o Usuarios de aplicaciones de fitness: interesados en zapatillas conectadas o que ofrecen análisis de rendimiento.
 - o Seguidores de tendencias tecnológicas: atraídos por innovaciones como adaptabilidad de suela, materiales inteligentes, o diseños personalizables.
- **Canal de compra preferido:**
 - o Compradores en línea: atraídos por descripciones detalladas, reseñas, y conveniencia.
 - o Compradores en tienda física: quieren probar el producto antes de adquirirlo.

6. Segmentación por Motivaciones de Compra

- **Búsqueda de exclusividad:** ediciones limitadas o colaboraciones con artistas o atletas.
- **Búsqueda de rendimiento:** tecnología de amortiguación, ajuste perfecto, o tracción avanzada.
- **Búsqueda de sostenibilidad:** materiales reciclados o procesos de producción éticos.