

2. SEGMENTCIÓN DE MERCADO

tienen un estilo de vida activo y familiar. Tienen interés en ahorrar agua y dinero.

NECESIDADES ESPECÍFICAS: ahorro y aprovechamiento de recursos.

1. EDAD

El producto o servicio está dirigido principalmente a personas de entre 30 y 50 años, una etapa de la vida en la que suelen estar más establecidas en términos de vivienda y estabilidad económica. Este rango de edad también representa un grupo que prioriza tanto la comodidad del hogar como la sostenibilidad y la eficiencia en el manejo de recursos.

2. GENERO

El enfoque es unisex, abarcando tanto a hombres como mujeres que compartan intereses comunes relacionados con la optimización de recursos, el ahorro económico y un estilo de vida responsable y funcional.

3. UBICACIÓN GEOGRAFICA

Este mercado está compuesto por personas que viven en ciudades, donde el acceso a recursos como agua y energía puede ser más costoso y, en ocasiones, limitado. Los entornos urbanos también tienden a fomentar soluciones innovadoras para el ahorro y la sostenibilidad.

4. INTERESES Y ETILO DE VIDA.

Tienen un estilo de vida activo y familiar, priorizando la funcionalidad en el hogar sin descuidar la sostenibilidad.

Están interesados en ahorrar agua y dinero, buscando soluciones prácticas y accesibles que les permitan reducir gastos y ser más conscientes del impacto ambiental de sus decisiones.

Valoran la tecnología y las soluciones modernas que les faciliten la vida, sin requerir un mantenimiento complicado.

5. NECESIDADES ESPECÍFICAS:

- Ahorro económico: Reducir los costos asociados al consumo de agua mediante un sistema eficiente y autónomo.
- Aprovechamiento de recursos: Optimizar el uso de agua mediante la recolección y reutilización de agua de lluvia y sistemas de aire acondicionado.
- Seguridad hídrica: Tener acceso a un suministro de agua constante e independiente en caso de interrupciones en la red pública.
- Sostenibilidad: Adoptar medidas responsables que contribuyan al cuidado del medio ambiente.