

SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

En TemporaX nos enfocaremos en el segmento de turismo exclusivo y de lujo. Este segmento se caracteriza por englobar personas con un alto poder adquisitivo que buscan experiencias únicas, personalizadas y memorables.

El **público objetivo** de esta propuesta, el cual se compone de un segmento demográfico y psicográfico cuidadosamente seleccionado, se caracteriza por su capacidad económica, su estilo de vida sofisticado y su interés en experiencias de lujo personalizadas y exclusivas.

Desde el punto de vista demográfico, se trata de **hombres y mujeres de entre 25 y 50 años**, una etapa de vida que combina la estabilidad económica con el deseo de disfrutar momentos únicos y significativos. Sus **ingresos son altos**, correspondientes a profesionales destacados, lo que les permite invertir en servicios y productos de lujo sin comprometer su economía. Este público suele residir principalmente en grandes ciudades metropolitanas o tiene acceso a destinos internacionales de forma frecuente, ya sea por motivos laborales o por su estilo de vida.

En términos psicográficos, estos individuos **valoran la exclusividad**, el lujo y la personalización como aspectos esenciales de su consumo. No buscan únicamente servicios o productos, sino experiencias diferenciadoras que reflejen su estatus y les permitan disfrutar de momentos únicos. Son personas que optan por propuestas cuidadosamente diseñadas que les ofrezcan calidad y un trato altamente personalizado. Este público está **dispuesto a pagar precios “premium”** por experiencias que les garanticen un nivel excepcional de atención al detalle, comodidad y distinción. Este rango asegura que los precios sean percibidos como un reflejo de la exclusividad y calidad de la oferta.

Dentro de este segmento, se pueden identificar varios nichos específicos si hipersegmentamos, como parejas que desean celebrar momentos especiales buscando una atmósfera íntima y romántica. También están los grupos pequeños interesados en eventos privados, como cenas, reuniones familiares o retiros temáticos. Finalmente, existe un nicho corporativo, compuesto por empresas que requieren experiencias de alto nivel para actividades de team-building, incentivos laborales o reuniones estratégicas en un entorno único.