

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de mercado de CLARITY se basa en variables demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales, identificando a los clientes con mayor probabilidad de adopción del producto.

1. Segmentación Demográfica

- **Edad:** Adultos entre 30 y 65 años.
- **Nivel de ingresos:** Clase media y media-alta con capacidad de inversión en tecnología para el hogar.
- **Situación familiar:**
 - o Familias con hijos.
 - o Personas mayores que viven solas.
 - o Personas con familiares dependientes.
- **Nivel educativo:** Medio y alto.
- **Ocupación:** Profesionales, teletrabajadores, empresarios y autónomos.

2. Segmentación Geográfica

- **Zonas urbanas y metropolitanas**, especialmente en ciudades con:
 - o Alto nivel de contaminación ambiental.
 - o Elevado ruido urbano.
- **Tipo de vivienda:**
 - o Pisos en edificios.
 - o Chalets y viviendas unifamiliares.
 - o Viviendas en zonas cercanas a carreteras, aeropuertos o centros urbanos.
- **Ámbito de comercialización:** Mercado nacional con proyección a internacional.

3. Segmentación Psicográfica

- Personas preocupadas por la salud y el bienestar.
- Usuarios con actitud innovadora y tecnológica (early adopters).
- Consumidores interesados en la sostenibilidad y eficiencia energética.
- Personas que buscan confort, seguridad y calidad de vida.
- Usuarios que valoran el diseño moderno y la tecnología inteligente.

4. Segmentación Conductual

- Consumidores que ya utilizan:
 - o Dispositivos de domótica.
 - o Purificadores de aire o sistemas de climatización.
- Usuarios con sensibilidad al ruido.
- Personas con alergias, asma o problemas respiratorios.
- Clientes dispuestos a pagar más por productos premium que aporten valor añadido.
- Usuarios que buscan automatización del hogar y control remoto.

5. Segmentos Clave Objetivo

- Familias en entornos urbanos ruidosos y contaminados
- Personas mayores o dependientes con cuidadores a distancia
- Profesionales que trabajan desde casa
- Usuarios tecnológicos y amantes de la domótica
- Personas con problemas respiratorios o alergias