



N E V E R A S   I Z U A

---

S E G M E N T A C I O N  
D E L   M E R C A D O

---

2 0 2 5





## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El **cliente** no tiene un perfil específico, la gente interesada en el producto suele tener una ideología y un estilo de vida enfocados en la comodidad en hábitos diarios, la valoración de la sostenibilidad y la ecología, el aprovechamiento de alimentos y reducir desechos a la máxima cantidad posible. Además, busca la salud alimentaria para el bienestar físico y mental, evitando patologías desarrolladas por una mala alimentación. También valora los principios comunitarios, en donde se forjen relaciones sociales reales entre personas cercanas, la importancia de la comunicación y cercanía del entorno social entre vecinos como comunidad unida.

Los potenciales clientes tienen que tener **características** de valores como, empatía, conciencia social, amabilidad... para considerar las Neveras IZUA una elección. El proyecto de la empresa está enfocado en cualquier cliente sin distinciones con la anterior filosofía y valores descrita. Además, de los promotores de nuevas viviendas, la empresa sería proveedora para el inmobiliario de estas, con un mercado similar al nuestro y con las mismas políticas sociales. Empresas que busquen hacer vecindarios ecológicos y unidos. Dándoles a los inquilinos alta tecnología novedosa y brindándoles la oportunidad de tener una sola unidad entre vecinos. Haciendo que los compradores tengan un entorno favorable, con la más alta calidad de vida y de la forma completa posible.

Por lo tanto la empresa IZUA quiere posicionarse en un **mercado masivo**, ya que tiene la intención de crear sociedades unidas y colaborativas. Para ello la empresa quiere poner todas las facilidades posibles para que sea lo más intuitivo posible, y así que cualquier persona de cualquier segmento pueda disfrutar de nuestro producto.

Cuantos más clientes usen el producto será más funcional y concordaría más con los valores anteriormente descritos de la empresa IZUA. Para que este suceso se de debe ser una adquisición con un precio bajo, lo

más ajustado al valor de fabricación y beneficio posible, y sencillo de encontrar e incluso instalar por parte de técnicos de la empresa