

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

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

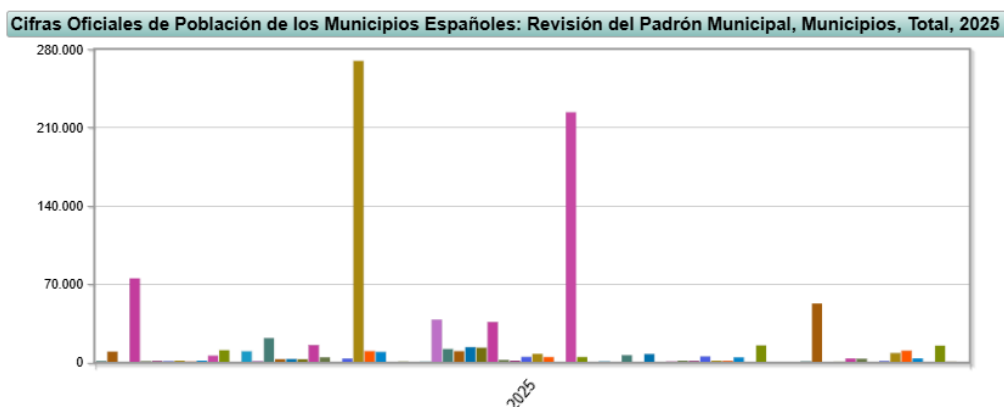


1. Segmentación Demográfica

- **Edad:** Adultos residentes en Asturias entre 30 y 65 años.
- **Nivel de ingresos:** Clase media y media-alta con capacidad de inversión en tecnología para el hogar.
- **Situación familiar:**
 - Familias con hijos.
 - Personas mayores que viven solas.
 - Personas con familiares dependientes.
 - Personas con alergias al polen, ya que los datos recogidos del LNE indican que casi un 20% de la población asturiana es alérgica al polen.
- **Nivel educativo:** Medio y alto.
- **Ocupación:** Profesionales, teletrabajadores, empresarios y autónomos.

2. Segmentación Geográfica

- **Zonas urbanas y metropolitanas**, especialmente en Gijón, Oviedo y Avilés pero también tendremos en cuenta los siguientes factores:
 - Alto nivel de contaminación ambiental.
 - Elevado ruido urbano.



- **Tipo de vivienda:**
 - Pisos en edificios.
 - Chalets y viviendas unifamiliares.
 - 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:
 - Dispositivos de domótica.
 - 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