

1. ANÁLISIS DE LOS COMPRADORES

Rango de edad	Interés potencial	Motivaciones principales	Barreras posibles
18–24 años	Medio	emplean diariamente la tecnología, la moda y redes sociales. Les engancha la novedad y el diseño “smart home”.	Poder adquisitivo limitado. Comprarían si hay opciones económicas o financiación.
25–34 años	Alto	Buscan eficiencia y estilo; valoran los dispositivos inteligentes para optimizar su rutina. Suelen vivir solos o en pareja, con ingresos medio estables.	Precio elevado, pero dispuestos si perciben valor y diseño moderno.
35–44 años	Muy alto	Poder adquisitivo más alto. Interés por la comodidad, organización del hogar y tecnología útil.	Necesitan percibir practicidad real, no solo lujo.
45–54 años	Medio	Pueden adquirirlo como producto de innovación doméstica.	Menor interés en moda. Requieren una propuesta clara de valor funcional.
55+ año	Bajo	Menor adopción de tecnología nueva,	Falta de hábito digital y percepción de complejidad.

prefieren muebles
tradicionales.