



## **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Aunque consideramos que ATIC puede ser una aplicación de interés universal (utilizable por cualquier usuario), pensamos que es importante segmentar para poder aprovechar más eficientemente nuestro esfuerzo comercial. Por esta razón consideramos oportuna la siguiente segmentación:

- **Segmentación por criterio de renta:** irá dirigido a personas con renta media y media-baja, ya que consideramos que son estos usuarios los que acuden habitualmente a los grandes centros comerciales en busca de las mejores oportunidades de compra, lo que provoca grandes masas de compradores con formación de grandes colas.
- **Segmentación por edad:** dado que esta aplicación requiere de la utilización de un móvil y de una pasarela de pago, entendemos que los usuarios más indicados son personas de 16 o más años que cuentan habitualmente con la disponibilidad de un teléfono y una cuenta bancaria, ya sea de disposición propia o tutelada.
- **Segmentación por criterios psicográficos:** pensamos que es muy importante orientar nuestro esfuerzo comercial a personas que valoren su tiempo y que tengan afinidad por la utilización de dispositivos electrónicos y procedimientos de compra de nueva tendencia.
- **Segmentación por sexo:** si bien ATIC, en base al perfil anterior es utilizable por ambos sexos, consideramos que en general el hombre siente menos afinidad por consumir parte de su tiempo en un centro comercial muy concurrido. Por esta razón incluiríamos en nuestras acciones comerciales mensajes publicitarios más orientados al hombre que a la mujer.