



2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

Nuestra idea está dirigida a la población de Madrid, que hace uso diario del transporte público, ya sea a través del metro, metro ligero, autobuses o cercanías Renfe. De esta manera la pulsera con lector sólo podrá ser utilizada en los medios de transporte citados anteriormente.

Durante esta parte de la realización del proyecto, la cual es la segmentación de mercado, esta supone detectar y definir a los clientes a los que nos vamos a dirigir, en esta caso al tratarse de una pulsera que consta de un lector cuyo objetivo es el de acceder al transporte público de una manera más sencilla y confortable para el cliente, sustituyendo así a la actual y usual tarjeta de transporte público.

Dicha propuesta, se encuentra enfocada a todo público que se desplace haciendo uso del transporte público dentro de la Comunidad de Madrid , válido para metro, metro ligero, autobús y cercanías Renfe. De esta manera esta es nuestra segmentación de mercado, aquellas personas que hagan uso del transporte público dentro de la Comunidad de Madrid.

Así pues, nuestro objetivo será el de satisfacer en mayor medida sus necesidades y otorgar así una mayor comodidad para el acceso al transporte público por parte del cliente. De dicha manera, el punto en común que tienen nuestros clientes es el de ser usuarios del transporte público de la Comunidad de Madrid bien mediante metro, metro ligero, autobús y/o cercanías Renfe.