

## segmentación de mercado

Este producto está pensado para todos los públicos. Cualquier persona que se quede sin batería en su dispositivo podrá hacer uso de nuestro producto. Si bien es cierto, el grupo social que esperamos que haga más uso de nuestro producto es la población joven. Es una realidad que la adicción y dependencia que tiene de móvil una persona de 80 años y una de 20 no es la misma. Es por esto que pondremos la mayoría de nuestros medios para llegar a las generaciones más jóvenes.

Según detalla una encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares realizada por el INE en el año 2019, la franja de edad de aquellos que hacen un mayor uso diario de internet oscila entre los 16 y los 54 años. Sin embargo, el tipo de cliente al que más nos enfocaremos en llegar es aquel cuya edad ronda los 16 a los 24 años, pues son estos los que mayor uso de internet realizan.

### Usuarios TIC por sexo y grupos de edad. Año 2019

Porcentajes de población de 16 a 74 años

	Usuarios de internet en los tres últimos meses	Usuarios diarios de internet	Personas que han comprado por internet en los tres últimos meses
<b>TOTAL</b>	90,7	77,6	46,9
<b>Por sexo</b>			
Hombres	90,7	77,0	48,0
Mujeres	90,7	78,2	45,8
<b>Por edad</b>			
De 16 a 24 años	99,1	93,6	56,4
De 25 a 34 años	97,9	93,5	67,2
De 35 a 44 años	97,4	87,6	59,9
De 45 a 54 años	94,4	79,0	46,5
De 55 a 64 años	86,5	64,9	32,9
De 65 a 74 años	63,6	43,3	13,5

Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares realizada por el INE en el año 2019