

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La empresa mejora la **satisfacción** de sus clientes, ya que gracias a la aplicación, el cliente puede ver directamente si puede ir al lugar que quiera ir sin miedo a que haya una barrera, sin preocupaciones de saber si puede entrar en un establecimiento, sin miedo a llegar tarde por encontrarse una barrera en medio del camino. Esta aplicación no es como otras que van dirigidas sólo a un tipo de edades.

Accessmap **se dirige a todo tipo de edades** ya que la diversidad funcional, diversidad intelectual y las personas con movilidad reducida puede tenerlo cualquier persona de cualquier tipo de edad ya sea joven, de la tercera edad, etc. Por eso mismo nuestra aplicación será **accesible** y **fácil de utilizar**, para que todas las personas puedan acceder a ella sin dificultad ninguna.



Nuestro proyecto se caracteriza, por que dar, **ahorrar el tiempo** a las personas con movilidad reducida, con diversidad funcional, personas con discapacidad intelectual y todas las personas que

necesiten utilizar la aplicación Accesmap que se trasladan aun establecimiento, bar, cine,tiendas,teatro otra opción de vía hacia el lugar que elijan trasladarse.

Los **clientes** principalmente a los que nos dirige Accesmap serán personas con movilidad reducida o diversidad funcional física y diversidad funcional intelectual. Sin embargo, podrá utilizar y participar todo el mundo que quiera y contribuir con la aplicación y mejorar la calidad de vida de los clientes. Por lo tanto, al tipo de mercado que nos dirigiremos según segmentación del mercado será el “**Mercado de**

Nicho", puesto que, nos dirigimos principalmente a un público en especial que sería personas con diversidad funcional tanto física, intelectual y sensorial.

Las **características** de los clientes a los que se dirige la empresa mayormente se dirigen a personas con diversidad funcional física, sensorial e intelectual, adaptando sus servicios a las necesidades específicas de cada uno. Para quienes tienen diversidad física o sensorial, se incluirían en el mapa de la aplicación las adaptaciones de movilidad, como rampas o accesos especiales. En el caso de las personas con diversidad sensorial e intelectual, se modificarían las barreras de comunicación en la aplicación según lo que se requiera. Así, cuando se presente una barrera de comunicación, las palabras o carteles se mostrarían en formatos accesibles, como lectura fácil, braille o lengua de signos, para facilitar su comprensión.

Además, los establecimientos tendrían la opción de **certificar** que han eliminado todas las barreras de accesibilidad, garantizando que sus servicios sean inclusivos para todos los usuarios. Este enfoque fomenta la participación plena de las personas con diversidad funcional, mejorando su experiencia y promoviendo una sociedad más inclusiva.

La aplicación ofrece **precios competitivos**, ya que es gratuita para todos los usuarios, lo que permite acceder a las funciones básicas sin costo alguno. Sin embargo, la empresa ofrece una opción **premium** que elimina los anuncios, acceso a mapas sin conexión, notificaciones personalizadas y alertas. Esta opción premium está disponible mediante un pago, lo que proporciona a quienes buscan una experiencia sin interrupciones publicitarias y con beneficios extra, manteniendo una buena relación calidad-precio para todos los usuarios.

