

SEMENTACIÓN DE MERCADO

La segmentación de clientes son aquellas personas, organizaciones o usuarios para los que nuestro negocio crea valor. Es importante definir el público al que dirigiremos nuestro producto o servicio segmentado por criterios geográficos, demográficos, psicográficos, de comportamiento... y a partir de dicha segmentación, podremos realizar el resto de piezas del **CANVAS**, decidir el canal de distribución o conexión para comunicarnos con esas personas, grupos o entidades, la relación que vamos a fijar con ellos y de dónde procederán nuestros ingresos principales.

Nuestra propuesta está dirigida a los siguientes segmentos clave de clientes:

1. Los **usuarios que han perdido o extraviado a su mascota** (perro, gato, etc) y desean difundir esta información para llegar a cuantas más personas mejor. Son los principales usuarios de nuestra aplicación.
2. Un segundo segmento de clientes son esos otros usuarios **registrados para poner un anuncio de su mascota con la finalidad de encontrarle un nuevo hogar** ya que por circunstancias personales y familiares no pueden hacerse cargo de sus queridos amigos. De esta forma buscan una adopción o acogida por parte de otros usuarios y también que a través de los mismos se difunda su necesidad.
3. **Protectoras, Albergues, Colonias, asociaciones de voluntarios** cuya principal misión es la recogida de animales que se han perdido o extraviado o que han sido abandonados. A la espera de que sus dueños los localicen o pasado un tiempo estimado poder ofrecer su adopción.
4. Otro segmento de clientes es alcanzar a **profesionales del sector de mascotas, como veterinarios, adiestradores y peluqueros**, quienes desean ofrecer sus servicios y establecer conexiones con los dueños de mascotas.
5. Por último, no debemos olvidar un segmento importante de clientes potenciales para que nuestra aplicación tenga éxito. Se trata de **usuarios que tienen mascotas en sus hogares**, pero que no pertenecen a ninguno de los tres grupos anteriores, pero en un momento dado pueden serlo. Simplemente serían usuarios que descargarían la aplicación por el interés de colaborar en la búsqueda de animales perdidos (viendo las alertas pueden responder u ofrecer información) y también por tener en el mismo espacio otros servicios fáciles y a golpe de clic útiles para sus mascotas:
 - Usuarios que quieran pasar un fin de semana en una zona costera de Asturias y necesiten localizar alojamientos, restaurantes, playas **PET FRIENDLY**.
 - O simplemente, usuarios que aportan donaciones de artículos de animales que han tenido y quizás ya no utilicen (porque no lo necesitan, su mascota ya ha fallecido o simplemente quieran hacerlo por solidaridad).

A partir de estos dos grupos de clientes, hemos realizado una segmentación atendiendo a diferentes criterios:

A) Demográficos (edad, sexo, estado civil):

Atendiendo al **criterio de segmentación por sexo**, es el menos determinante ya que pueden registrarse como usuarios personas de ambos sexos. Atendiendo al **criterio de la edad**, nuestra aplicación está dirigida a personas mayores de edad, atendiendo a los criterios legales especificados en el análisis político-legal del PEST.

B) **Criterios de segmentación por nivel de renta:** este criterio sólo se aplicaría en la categoría de búsqueda de veterinarios gratis o bajo coste para personas más desfavorecidas.

C) **Criterios geográficos:** el público objetivo de ASTUR PET, son los residentes en Asturias que sean dueños de mascotas de todas las edades y géneros. Contamos con datos suficientemente amplios de cifras de animales perdidos y/o abandonados, así como datos de animales recogidos por los diversos albergues, protectoras, etc especificados en el apartado de la propuesta de valor.

D) **Criterios psicográficos:** también se dirige a amantes de los animales. Hemos pensado también en este criterio de segmentación, con base en un perfil psicológico común. Esto implica considerar sus motivaciones, emociones, preferencias, personalidad, forma de vida y sentimientos.