

## 2. Segmentación de Mercado

### - Definir con claridad quién es nuestro cliente objetivo

#### 1. Usuarios finales (consumidores):

**Perfil principal:** Personas que buscan descubrir nuevos comercios locales para comer, comprar o realizar actividades cercanas a su ubicación. Estos usuarios valoran la conveniencia, la facilidad de uso y la posibilidad de acceder a recomendaciones de negocios cercanos. Buscan lugares con buena relación calidad-precio, basados en reseñas reales y confiables.

#### **Características:**

**-Edad:** Principalmente millennials y generación Z (18-40 años), aunque la app puede atraer a usuarios de todas las edades, especialmente aquellos que prefieren una experiencia digital sencilla.

- **Intereses:** Descubrimiento de lugares locales, gastronomía, experiencias auténticas, apoyo a negocios locales, sostenibilidad.

- **Comportamiento:** Habituales del consumo digital, utilizan aplicaciones para organizar sus actividades diarias y prefieren una experiencia rápida y personalizada.

- **Localización:** Residentes urbanos, especialmente en ciudades con una alta concentración de pequeños negocios, como Valencia.

#### 2. Comercios locales (negocios):

**Perfil principal:** Pequeños comercios que buscan aumentar su visibilidad digital y atraer a más clientes de forma accesible, sin los elevados costos de otras plataformas. Esto incluye restaurantes, tiendas de barrio, cafeterías, tiendas de productos especializados y cualquier comercio que necesite un canal económico de promoción digital.

### **Características:**

- **Tamaño:** Negocios pequeños y medianos (microempresas, comercios de barrio, restaurantes independientes, tiendas locales).
- **Necesidades:** Estos comercios requieren un canal para mejorar su presencia online, aumentar sus ventas y reducir los costos de marketing digital. Muchos de ellos carecen de recursos para desarrollar sus propias plataformas o campañas publicitarias costosas.
- **Sector:** Restauración, comercio minorista, actividades de ocio y servicios locales.
- **Localización:** Comercios localizados en áreas urbanas, especialmente en ciudades como Valencia, donde los comercios enfrentan una fuerte competencia tanto física como online.

- **Diferenciar claramente los segmentos de clientes, si dichos segmentos existen, o justificar con claridad su inexistencia**

#### **1. Segmentos de usuarios finales:**

**Usuarios interesados en la comodidad:** Este segmento está compuesto por personas que buscan eficiencia y conveniencia. Quieren descubrir rápidamente restaurantes, tiendas o actividades cercanas, sin necesidad de hacer una búsqueda compleja.

- **Diferenciación:** Este grupo valora la rapidez y facilidad de uso de la aplicación, siendo más propensos a hacer búsquedas impulsivas y espontáneas.

**Usuarios interesados en la sostenibilidad y apoyo local:** Personas que prefieren apoyar a pequeños negocios locales en lugar de grandes cadenas o franquicias. Este grupo tiende a ser consciente de los beneficios de consumir localmente y busca comercios que ofrezcan productos o servicios diferenciados.

- **Diferenciación:** Este segmento valora las reseñas y la transparencia, y suele estar más comprometido con la idea de fortalecer la economía local.

**Usuarios que buscan experiencias específicas o de nicho:** Este segmento busca opciones específicas según sus intereses particulares, como locales con opciones veganas, sin gluten o con características ecológicas.

- **Diferenciación:** Son usuarios más exigentes que buscan filtrado avanzado y personalización en la búsqueda de comercios.

## 2. Segmentos de comercios locales:

**Comercios en crisis económica:** Muchos pequeños negocios, especialmente en áreas urbanas como Valencia, están luchando por mantenerse a flote debido al aumento de la competencia digital y la falta de digitalización. Este segmento necesita una plataforma accesible para promover su negocio sin incurrir en altos costos.

- **Diferenciación:** Este grupo valora especialmente la accesibilidad y los costos bajos de la suscripción a la plataforma, así como las comisiones reducidas por transacciones.

**Comercios con presencia digital parcial:** Algunos pequeños comercios ya tienen presencia online, pero no cuentan con las herramientas o el alcance necesario para competir con las grandes plataformas. Este segmento busca mejorar su visibilidad en la red sin incurrir en costos elevados.

- **Diferenciación:** Este grupo ya entiende los beneficios de la digitalización, pero busca una solución económica y menos compleja.

**Comercios especializados o de nicho:** Restaurantes, tiendas o servicios que tienen un público objetivo específico, como aquellos que venden productos gourmet, comida vegana, o ropa vintage. Este segmento busca atraer a una comunidad que valore su oferta única.

- **Diferenciación:** Este grupo necesita una plataforma que les permita segmentar mejor su audiencia, destacando su propuesta de valor y ofreciendo filtros específicos para sus clientes potenciales.