



SEGMENTACIÓN DE MERCADO



Una tarea clave a la hora de llevar a cabo el proyecto es tener claro el alcance del mismo. Para ello, es necesario dividir en secciones los distintos públicos posibles de nuestro producto. En este caso, al tratarse de una aplicación focalizada en acciones sostenibles como reciclar, usar transporte público o realizar actos en beneficio de la comunidad, nuestra idea abarca un gran abanico de gente. Se pueden observar 3 segmentos principales:

- **Ciudadanos/Usuarios finales:** Supone la mayor parte de usuarios de la aplicación. Estos usuarios usan la aplicación para canjear los puntos obtenidos por productos en comercios o empresas que participen en el programa (comercios locales sostenibles, empresas de transporte, librerías/bibliotecas etc.). Para obtener una visión más clara del alcance podemos separar cada segmento en estas 3 secciones:
 - **Medible:** Se puede medir en un baremo de usuarios desde 16 a 65 años aproximadamente. Esto supone que si en un principio se llevase a cabo a nivel autonómico, teniendo en cuenta que en el País Vasco hay una población de 2.218.000 habitantes y ese rango de edad supone el 63,69% del total, la aplicación tendría un alcance brutal. En caso de que funcionase y llegase a nivel nacional el número sería mucho mayor.
 - **Accesible:** Redes sociales (Instagram/TikTok), cartelería en paradas de autobús y estaciones de metro, y campañas de concienciación del ayuntamiento.
 - **Sustancial:** De acuerdo al censo de población, la aplicación podría tener un alcance realista de 100.000 usuarios potenciales.

MAPA MENTAL DE USUARIOS FINALES

- **Comercios locales:** Son los comercios pequeños que participan en el programa. Estos ofrecen productos a los usuarios que quieran canjear los puntos y a cambio reciben subvenciones por parte de los ayuntamientos.
 - **Medible:** Empresas de transporte (ALSA, Metro Bilbao etc.), comercios locales pequeños, locales de entretenimiento cultural (videojuegos, libros...).

Aproximadamente unos 1.200 comercios locales y demás participarán en la iniciativa en un inicio, y posteriormente se extendería.

- **Accesible:** Redes sociales, charlas informativas en la Cámara de Comercio, visitas directas a los comercios locales para la concienciación con la idea.
- **Sustancial:** Teniendo en cuenta que unos 1.200 comercios podrían participar, aproximadamente 300 podrían quedarse como comercios adheridos el primer año, generando un ecosistema de canjeo atractivo para el usuario.

MAPA MENTAL DE COMERCIOS LOCALES

- **Corporaciones y grandes empresas:** Empresas que pagan la suscripción por los análisis de impacto y cumplimiento de la Agenda 2030.
 - **Medible:** Empresas de entre 50 y 100 trabajadores que tengan que presentar informes de sostenibilidad.
 - **Accesible:** LinkedIn, ferias de innovación y contacto directo con departamentos de recursos humanos y sostenibilidad.
 - **Sustancial:** 50 grandes cuentas premium iniciales, lo que garantiza la viabilidad financiera del proyecto mediante el modelo de suscripción.

MAPA MENTAL DE GRANDES EMPRESAS