

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Para comercializar con éxito nuestro llavero inteligente multifuncional, hemos dividido el mercado en cuatro variables clave, identificando a los grupos que más valoran la portabilidad y la independencia energética.

1. Segmentación Demográfica (¿Quiénes son?)

Edad: Principalmente jóvenes y adultos jóvenes de 18 a 45 años. Este grupo es el que posee mayor dependencia del teléfono móvil y adopta nuevas tecnologías con facilidad.

Nivel de Ingresos: Clase media y media-alta. Personas con capacidad económica para adquirir "gadgets" o accesorios tecnológicos que, aunque no son de primera necesidad, mejoran su calidad de vida.

Ocupación: Estudiantes universitarios, trabajadores remotos, profesionales que se desplazan constantemente y aficionados al deporte.

2. Segmentación Psicográfica (Estilo de vida y Personalidad)

Personas que aman las "escapadas de la rutina" (senderistas, campistas, mochileros). Valoran la carga solar porque suelen estar lejos de enchufes convencionales.

Usuarios a los que les gusta tener accesorios multifuncionales e inteligentes. Valoran la innovación de llevar una batería en un formato tan pequeño como un llavero.

Un sub-segmento importante son personas preocupadas por el medio ambiente que ven valor en la "energía limpia" en la carga solar frente a las baterías desechables o el consumo eléctrico tradicional.

Personas que trabajan viajando y no pueden permitirse que su herramienta de trabajo como el móvil se apague.

3. ¿Cómo usan el producto?

Beneficio buscado: Buscan seguridad de no quedarse incomunicados y comodidad al no cargar con "ladrillos" o baterías pesadas.

Frecuencia de uso:

- *Uso Diario:* Para emergencias urbanas (volver a casa tarde).
- *Uso Ocasional:* Fines de semana, festivales de música o viajes cortos.

Nivel de dependencia móvil: (usuarios intensivos) que agotan su batería antes de que termine el día debido al uso de GPS, cámara y redes sociales.

4. Segmentación Geográfica

Ámbito: Inicialmente nacional/regional, con foco en zonas urbanas (donde el ritmo de vida es rápido) y zonas turísticas de naturaleza (donde la carga solar es más útil).

Clima: Zonas con buena exposición solar son mercados prioritarios para maximizar la eficiencia de la propuesta de valor.

Buyer Persona

Para visualizar mejor a nuestro cliente objetivo, definimos al perfil **Álex, el Explorador Conectado**:

"Álex tiene 28 años, le gusta hacer rutas de montaña los fines de semana o ir a festivales. Siempre lleva su smartphone para usar mapas y subir fotos a redes sociales. Odia llevar mochilas pesadas y le da ansiedad ver que su batería baja del 10%. Busca un dispositivo ligero que pueda colgar en su pantalón y que le asegure energía extra en caso de emergencia, preferiblemente si es sostenible."