



2025

STARTinnova



ÍNDICE

Contenido

| | |
|--|---|
| SEGMENTACIÓN DEL MERCADO PAMILOOP | 3 |
| 1. La segmentación del mercado de Pamiloop se divide en dos grandes grupos: los usuarios de la app y los técnicos o profesionales del sistema. | 3 |
| 2. El público objetivo de Pamiloop está compuesto por dos segmentos principales. | 4 |
| 3. En cuanto a las personas del cliente ideal, se definen dos perfiles representativos. ... | 4 |

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO PAMILOOP

Una **segmentación de mercado** es el proceso de **dividir un mercado amplio en grupos más pequeños de consumidores** que tienen características, necesidades o comportamientos similares.

El objetivo es **entender mejor a los clientes y adaptar los productos, precios, promociones o servicios** a cada grupo para que sean más efectivos.

1. La segmentación del mercado de Pamiloop se divide en dos grandes grupos: los usuarios de la app y los técnicos o profesionales del sistema.

En el caso de los usuarios de la app, se trata de personas de entre 25 y 45 años, sin distinción de género, sin un nivel educativo específico, de un poder adquisitivo medio o medio-alto. Suelen ser solteros o parejas jóvenes que viven en hogares pequeños de una a tres personas. Geográficamente se concentran en España, especialmente en la Comunidad Valenciana, en ciudades como Torrente o Valencia capital, donde predominan las zonas urbanas. Desde el punto de vista psicográfico, son individuos activos, con conciencia ambiental y poco tiempo libre; se caracterizan por ser curiosos, prácticos y responsables. Valoran la sostenibilidad, la salud y las tecnologías verdes, y muestran interés por ahorrar, la decoración, el reciclaje y el bienestar personal.



Por otro lado, los técnicos o profesionales del sistema abarcan un grupo demográfico de entre 20 y 40 años, de cualquier género, con formación técnica o profesional en tecnologías, sostenibilidad o mantenimiento, y con ingresos medios. Su estado civil es variado y viven en hogares de dos a cuatro personas. Residen principalmente en España, también con foco en la Comunidad Valenciana, en zonas industriales o de formación técnica cercanas a los núcleos urbanos. Su entorno es suburbano.

Psicográficamente, ambos loados, se trata de personas prácticas, orientadas a soluciones, con afinidad por la naturaleza, el trabajo manual y necesidad o ganas de ahorrar. Suelen ser perseverantes, detallistas y responsables, valoran el trabajo bien hecho, la innovación sostenible y la colaboración, y se interesan por la eficiencia ambiental, las nuevas tecnologías ecológicas y el mantenimiento urbano.

2. El público objetivo de Pamiloop está compuesto por dos segmentos principales.

En primer lugar, los usuarios, que son personas de entre 20 y 50 años residentes en zonas urbanas, interesadas en tener plantas o pequeños huertos en casa sin complicaciones. En segundo lugar, los técnicos, jóvenes con formación en jardinería o sostenibilidad que buscan oportunidades laborales vinculadas a proyectos ecológicos y tecnológicos.

3. En cuanto a las personas del cliente ideal, se definen dos perfiles representativos.

El primero es Marta, de 32 años, diseñadora gráfica que vive en un piso con terraza. Utiliza aplicaciones relacionadas con la sostenibilidad y suele comprar productos ecológicos. Busca un espacio verde fácil de mantener y valora la estética, la funcionalidad y el compromiso ambiental.

El segundo es Sergio, de 27 años, técnico en mantenimiento ambiental que trabaja por proyectos y disfruta aprendiendo sobre tecnología verde. Necesita estabilidad laboral y participar en proyectos sostenibles, valorando la innovación, el trabajo en equipo y la formación continua.